ثورة الشبكات الاجتماعية

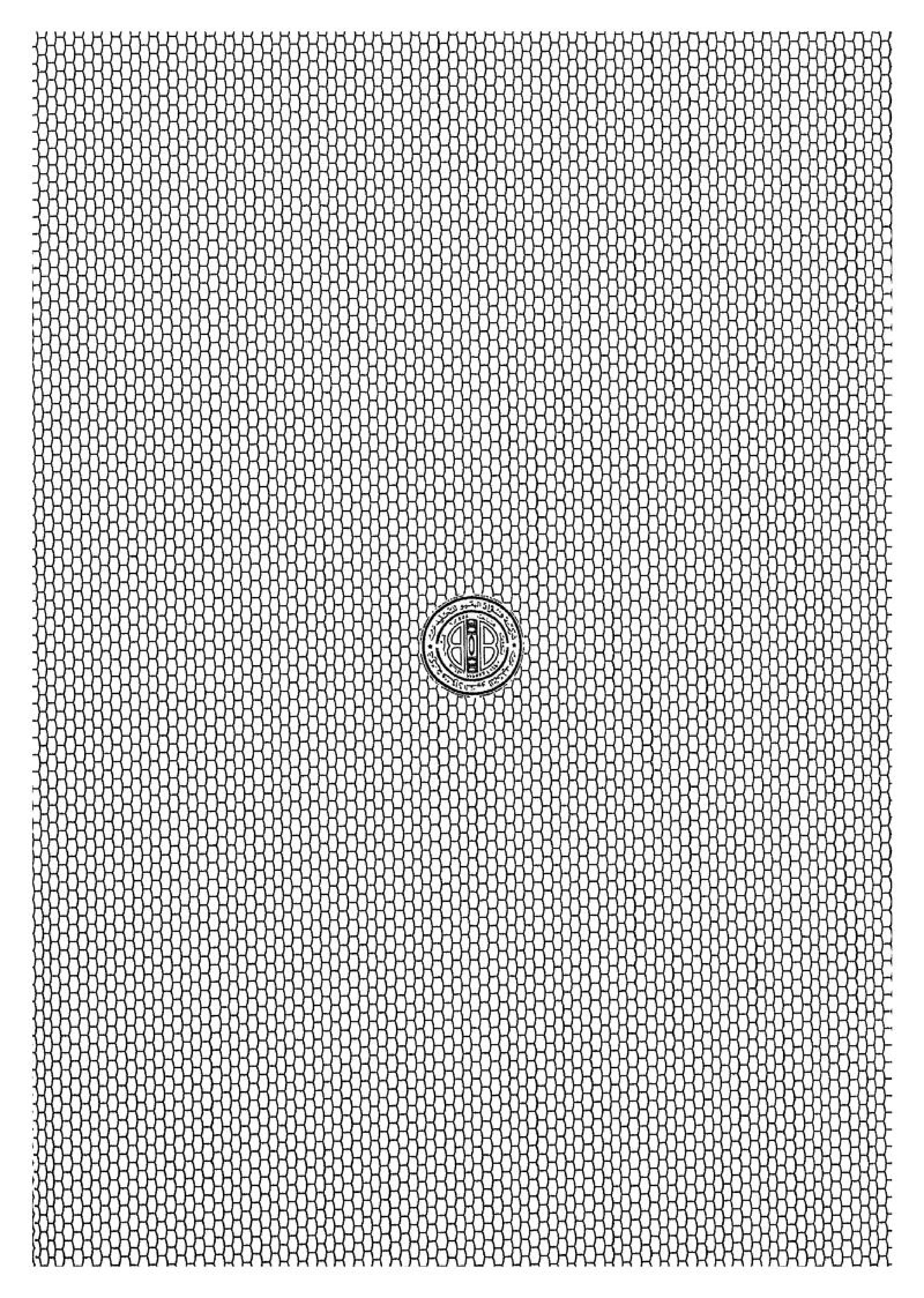
ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها

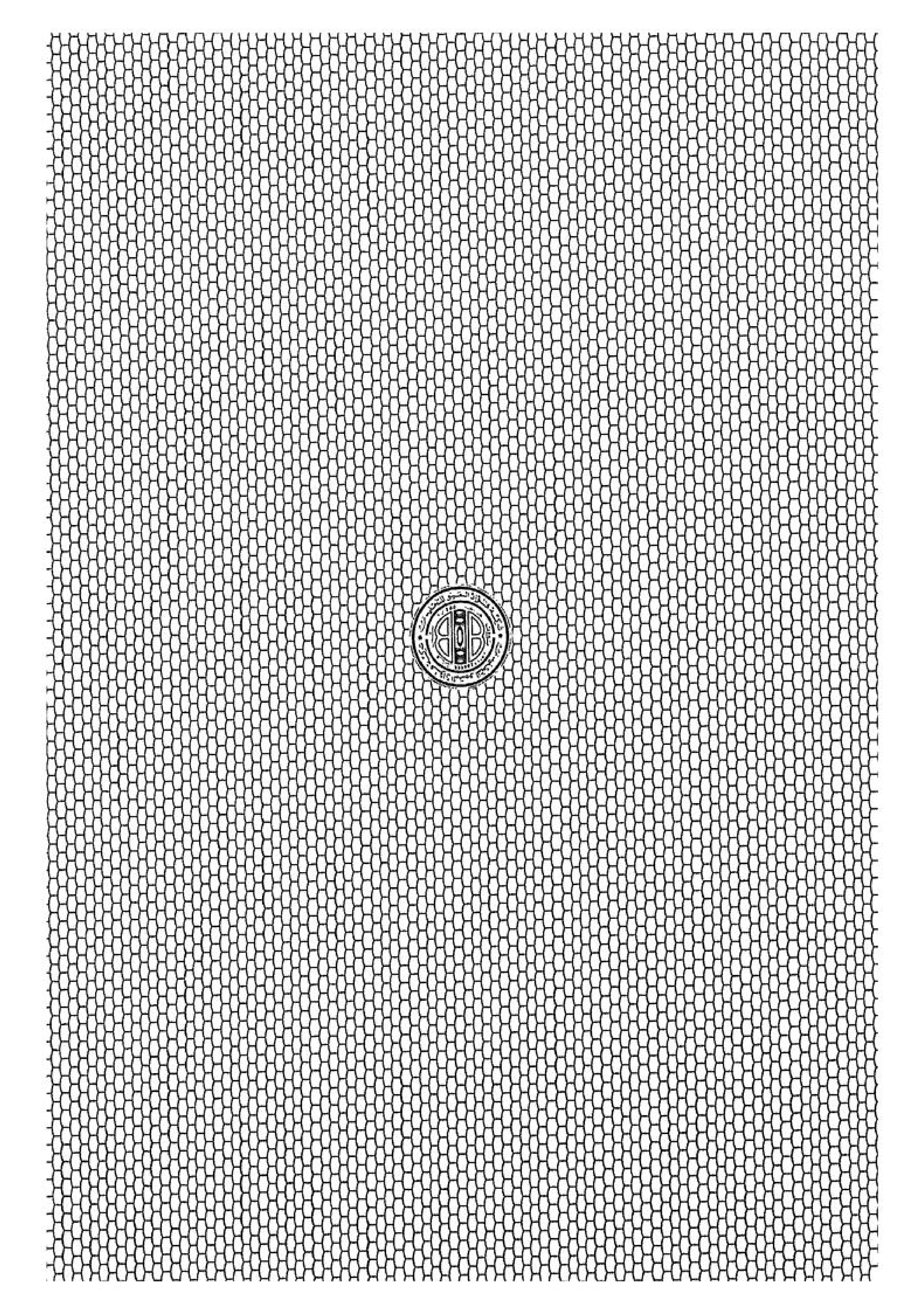
التقنية - الاجتماعية - الاقتصادية - الدينية - والسياسية على الوطن العربي والعالم

الدكتور
خالد غسان يوسف المقدادي



دار النفائس
للنشر والتوزيع





ثورة الشبكات الاجتماعية

Social Networks Revolution

١٤٣٤هـ-٢٠١٣م

الطبعة الأولى

رقم الإيداع لدى دائرة المكتبة الوطنية
٢٠١١/١١/٤٢٤١

يوسف، خالد غسان
ثورة الشبكات الإجتماعية/خالد غسان يوسف .ط١.-عمان-دار النفائس للنشر والتوزيع،٢٠١٣
( ) ص.
ر. إ.: ٢٠١١/١١/٤٢٤١
الواصفات:/الإتصال الجماهيري//التفاعل الإجتماعي//التجارة الدولية// البلدان العربية

العبدلي - مقابل مركز جوهرة القدس
ص.ب 927511 عمان 11190 الأردن
هاتف: 5693940 6 00962
فاكس: 5693941 6 00962
Email: alnafaes@hotmail.com
www.al-nafaes.com



ثورة

الشبكات الاجتماعية

Social Networks Revolution

ماهية مواقع التواصل الاجتماعي وأبعادها

التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم

د. خالد غسان يوسف المقدادي



بِسْمِ ٱللَّهِ ٱلرَّحْمَٰنِ ٱلرَّحِيمِ

هذا الكتاب

تنبع أهمية هذا الكتاب في الكشف عن حقيقة مواقع التواصل الاجتماعي وماهية تقنياتها، ومن ثم الخوض بشكل موضوعي ودقيق في أبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، وكيفية استغلال قوتها الهائلة والفعالة في التواصل والتعاون والتغيير إلى الأفضل لما فيه مصلحة الفرد، والمجتمع، والأمة بشكل عام.



أهدي هذا الكتاب

- إلى روح أمي الخالدة في الجنة إن شاء الله.
- وإلى أبي وأخواتي، وإلى جميع أفراد عائلتي.
- وإلى جميع من ساندني في كتابة هذا الكتاب وطباعته ونشره، وأخص بالشكر الدكتور الفقيه الذي راجع المادة الفقهية.
- وأشكر أيضاً الأستاذ سفيان الأشقر ودار النفائس على جهودهم المبذولة في نشر هذا الكتاب.
- كما أهديه إلى أرواح شهداء التغيير عبر مواقع الشبكات الإلكترونية، وإلى من سقطت دمائهم زكيةً دفاعاً عن حقوق الشعوب في الربيع العربي.
- وأهديه أيضاً إلى الأمة الإسلامية، وإلى أخوتي في الإنسانية.

مُقـدّمة

الحمد لله رب العالمين حمداً كثيراً طيباً مباركاً فيه، كما ينبغي لجلال وجهه وعظيم سلطانه، حمداً يوافي نعمه جل جلاله ويكافئ مزيده، والصلاة والسلام على سيد المرسلين المبعوث رحمة للعالمين نعمة من الله تعالى على عباده المؤمنين نبينا محمد وآله وصحبه أجمعين، أما بعد؛

لقد كرم الله بني آدم عن سائر مخلوقات الأرض من نباتات وحيوانات وغيرها، بأن زودهم بما يعينهم على النطق، والتفكير، والاختيار، والتعبير عما يجول في خاطرهم من أحاسيس ومشاعر، فأعطاهم العقل واللسان وعلم آدم أسماء الأشياء كلها على الأرض، وهي ميزة تفوق بها الإنسان على الملائكة والجن، وأوجبت السجود له بإذن الله وتقديراً لعظمة الله في إبداع خلقه، ولم يزود بالقدرة على التواصل والتعبير عما يحتاج عبثاً، فلقد كان من ضروريات العيش على الأرض وإعمارها، القدرة على التعاون بين البشر، لكي يتمكنوا من تسخير مواردها لتحقيق عملية الإعمار هذه، فالإنسان لا يستطيع البقاء لوحده مطلقاً ومعزولاً في هذا الكوكب، وكما قال ابن خلدون في مقدمته: "إن الإنسان مدني بالطبع"، وفسر ذلك ابن خلدون بكون الواحد عاجزاً عن مدافعة الوحوش ومداواة نفسه وعائلته أو بناء القصور والقلاع، وبالتالي إعمار الحضارة لوحده، فهو بحاجة إلى بقية أفراد المجتمع المدني للقيام بذلك، ومن أجل تطور الحضارة، فلا بد من التواصل والاتصال لتبادل المعلومات والعلوم وغيرها.

ومن هنا نشأت الحاجة لتحاور الإنسان مع محيطه من بقية البشر، من خلال الإشارة، واللغة، والكتابة والرسم، وهكذا استمر إبداع الإنسان في تطوير وسائل جديدة للاتصال والتواصل مع غيره من أفراد العائلة أو المجتمع أو البلد أو سائر البلدان الأخرى، وذلك لأهداف عديدة سواء كانت اقتصادية كالتبادل التجاري، أم اجتماعية كالتواصل من أجل إيجاد شريك في الحياة، أم سياسية كانتخاب حاكم أو مقاومة طاغ، أم ثقافية كترك رسومات هيروغليفية للأجيال اللاحقة

تسرد تاريخ الأجداد، أم دينية لإيصال رسالة الخالق إلى بقية العباد عبر الرسل، وهكذا تعددت أسباب الاتصال فازدادت أهميته في حياة الحضارة البشرية.

وعكف الإنسان يطور وسائل الاتصال عبر التاريخ، وذلك للتسهيل من تواصله مع سائر البشر وإيصال رسالته بطريقة أسرع، خاصة مع تزايد وتيرة الحياة بتطور وسائل الإعمار، فمن عهد الحمام الزاجل أيام القدم، مروراً بالبرقيات المرسلة عبر خطوط الاتصال النحاسية في عهد النهضة الصناعية، ومن ثم ظهور الهاتف فالتلفاز والتلكس والفاكس والهاتف اللاسلكي ومن ثم المحمول في القرن الماضي، حتى أتت نهاية ذلك القرن بانبلاج فجر تكنولوجي جديد، مفتاحه كان تطور تقنية الاتصال مصحوباً بتطور تقنيات صناعة الحاسوب وبرامجه، فولد ابتكار غَيَّر بلا أدنى شك من طريقة تواصل المجتمعات عبر التاريخ وإلى الأبد، ألا وهو الإنترنت ومواقعه الإلكترونية وخدماته التقنية المستخدمة في تسهيل وتسريع التواصل متعدد الأهداف، وليصل الإنسان إلى قمة الحضارة من خلال استمرار تطوير تقنية الإنترنت واستغلالها لتحسين ذلك التواصل، فظهر ابتكار مهم آخر ألا وهو تقنية الشبكات الاجتماعية، أو ما يختصره البعض بمصطلح مواقع التواصل الاجتماعي.

وما مواقع التواصل تلك إلا تطبيقاً لنظرية الشبكات الاجتماعية والقائلة بأن المجتمع عبارة عن بناء اجتماعي مكون من أفراد وجماعات تربطهم علاقات اعتبادية، أو تجمعهم اهتمامات مشتركة؛ مشبهة المجتمع بشكة الصيد والتي تمثل العقد فيه الأفراد مرتبطين بعضهم مع بعض بواسطة خيوط الشبكة، ومن هنا ظهر مصطلح الشبكات الاجتماعية" Social Networking "، وقد نقل هذا المفهوم بفضل تقنية الإنترنت والاتصالات من حيز النظرية إلى واقع إلكتروني مطبق عبر مواقع التواصل الاجتماعي وتطبيقاتها المساعدة، كالفيس بوك والماي سبيس والتويتر واللينكد إن وبرامج مثل سكايب وخدمة RSS وغيرها، والتي مكنت مئات الملايين من البشر من التواصل بعضهم مع بعض وقتما يشاؤن ومن أي

مكان في العالم، بل نجحت مواقع التواصل بفعل ما عجز عنه أي شيء آخر، وهو جمع الناس على اختلاف لغاتهم وثقافاتهم وعقائدهم، في بوتقة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية، وصهرتهم مُشَكِّلَةً بذلك أكبر مجتمع إلكتروني على وجه البسيطة، ومنذ أن خلقت البسيطة، لم يحدث أن استطاع شخص أو حدث تجميع الناس في فضاء واحد مثلما فعلت مواقع التواصل، ومن هنا تنبع القوة الحقيقية لهذه التقنية الرائدة بحق.

والجدل القائم اليوم حول مدى خطورة هذه المواقع كأداة هادمة للقيم والثقافة العربية والإسلامية، وصهرها في بوتقة العولمة الثقافية، وذوبانها في بحار الثقافة الغربية، أو الخوف من استخدام تقنياتها للإعلام الاجتماعي كأفلام اليوتيوب وصفحات الفيس بوك والمدونات لتستخدم في إحداث القلاقل والثورات والتغيير السياسي الموجه من الغرب في عالمنا العربي، كل تلك المخاوف نابعة من الجهل بحقيقة تلك المواقع وتقنياتها، ونابعة من عدم التمكن من استغلال قوة تلك المواقع وأدواتها الإعلامية لما فيه خير الأمة العربية والإسلامية، ومن هنا تنبع أهمية هذا الكتاب، الحديث في موضوعاته الحساسة عربياً، الملتهب النقاش حوله عربياً وعالمياً.

حيث تنبع أهمية هذا الكتاب في الكشف عن حقيقة تلك المواقع وماهية تقنياتها، ومن ثم الخوض بشكل موضوعي ودقيق في أبعادها التقنية، الاجتماعية، الاقتصادية، الدينية، والسياسية على الوطن العربي والعالم، وكيفية استغلال قوتها الهائلة والفعالة في التواصل والتعاون والتغيير إلى الأفضل لما فيه مصلحة الفرد، والمجتمع، والأمة بشكل عام.

وقد حاول الكاتب عبر فصول الكتاب الستة أن يناقش هذه الظاهرة الفريدة من جميع أبعادها، ومن ثم تبيان كيفية استغلال مكامن القوة الخاصة بها، وتجنب مواطن الشبهة فيها، ويبدأ الكاتب في **الفصل الأول** الحديث عن البعد التقني

للشبكات الاجتماعية، فيعطي لمحة تاريخية عن تطور الإنترنت والشبكات الاجتماعية، ومن ثم يشرح ماهية وخصائص الشبكات الاجتماعية، وليفصل مكونات تلك الشبكات، ويأتي على شرح المميزات التقنية لأهم أنواع مواقع التواصل، كالمدونات، والفيس بوك، واليوتيوب، والتويتر، واللينكد إن، والويكابيديا، وبرامج مثل السكايب وخدمة RSS، و ليعطي تصوراً عن مستقبل تقنية مواقع التواصل الاجتماعي في المستقبل.

وينتقل الكاتب في **الفصل الثاني** من هذا الكتاب، إلى الحديث عن البعد الاجتماعي للشبكات ومواقع التواصل، فيتحدث بداية عن نظريات الاتصال والشبكات الاجتماعية، ثم ينتقل إلى علاقة مواقع التواصل الاجتماعي بالعولمة الثقافية، ومن ثم يناقش الكاتب الآثار الاجتماعية الإيجابية والسلبية لمواقع التواصل الاجتماعي، ليشرح بعدها مفاهيم مجتمعية جديدة أوجدها التواصل إلكترونياً، مثل مفهوم السمعة الإلكترونية والمحافظة عليها، ومفهوم المقبول أو المألوف لدى المجتمع، فالشائعات والأقاويل الإلكترونية، والمسؤولية الاجتماعية الإلكترونية نحو بعضنا البعض، ومناقشة مفاهيم الخصوصية والحرية الشخصية في عصر الشبكات الاجتماعية، معطياً أمثلة على آثار التواصل الاجتماعية في حياتنا اليومية، كذكر دراسات علمية منشورة عن أثر بعض أهم تلك المواقع على المستخدمين، وليبين مصير تفاعل المجتمع في مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي.

أما **الفصل الثالث**، فيشرح فيه الكاتب البعد الاقتصادي لهذه المواقع، فيفسر بداية ماهية التجارة الإلكترونية بشكل عام، ذاكراً لفجوة التجارة الإلكترونية بين العالم الغربي والعربي، ومعدداً لمزايا التجارة الإلكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ، ومن ثم انتقل الكاتب إلى مفهوم جديد في عالم الأعمال الإلكترونية، ألا وهو التسويق الإلكتروني الفيروسي، ودور مواقع التواصل الاجتماعي في الترويج للمنتجات والأفكار، من خلال قوة انتقال الكلمة عبر فأرة الحاسوب من شخص لآخر، وكذلك يشرح الكاتب في قسم آخر من هذا الفصل فوائد استخدام

أدوات ومواقع الشبكات الاجتماعية في إدارة الشركات العربية والعالمية، وكذلك التحديات والعقبات التي يجب أن تنتبه لها شركات عصر التواصل الاجتماعي، وانتقل الكاتب للحديث عن دور العلاقات العامة وإدارتها في عالم الإنترنت وشبكاته الاجتماعية، كذلك الحديث عن أهمية الحفاظ على سمعة الشركة وصورتها التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وليفصل أيضاً دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم الموارد البشرية وإدارتها، كدورها في التدريب والتعليم وتأهيل العاملين في الشركات والمؤسسات من خلالها،كما ركز الكاتب على دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم سيرة المرء المهنية ومساعدته على إيجاد عمل عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وتسخير قوتها لعمل صيت في الفضاء الإلكتروني العالمي، منهياً الحديث عن مستقبل التجارة الإلكترونية العربية في عالم الغد الافتراضي.

ويأتي **الفصل الرابع** ليناقش الكاتب فيه البعد السياسي للشبكات الاجتماعية، ويحتوي هذا الفصل على مواضيع تعد غاية في الأهمية والحساسية وهي بحاجة إلى نقاش عميق خاصة في ظل الواقع العربي المعاصر، فيناقش الكاتب بداية أثر مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة الإعلام التقليدي بشكل عام، شارحاً مفهوم الإعلام الجديد وخصائصه وتقنياته، ليأتي على أهم وسائله من النشر الإلكتروني والكتب الإلكترونية، فالمجتمعات الإلكترونية وفضاءات الحوار الإلكتروني، فالصحافة الإلكترونية و الصحافة الاجتماعية، فقنوات الإعلام الرقمية، ومناقشاً مستقبل صناعة الإعلام الجديد، ناقلاً الحديث بعدها إلى علاقة الإعلام الجديد بالسياسة وقراراتها، وذاكراً لأهم آثار مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة، كذلك ذكر مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي، وشارحاً لقواعد النشاط السياسي من خلال تلك المواقع.

ولا يخلو الحديث عن البعد السياسي لهذه المواقع بدون الإتيان على دورها في اندلاع ثورات الربيع العربي، فيذكر الكاتب دورها في اندلاع ثورة ٢٥ من يناير في

مصر، كمثال على دور مواقع التواصل في الربيع العربي، وكذلك يشرح مساهمتها في ثورات تونس وليبيا، ليشرح بعدها كيفية انتقال ثورات الربيع العربي تلك إلى العالم عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فيعطي أمثلة على الحراك السياسي العربي وأثره على اضطرابات بريطانيا وحركة احتلوا وول ستريت وغيرهما، لتصبح ظاهرة الحراك السياسي عبر مواقع التواصل من أجل المطالبة بالإصلاح والتغيير ظاهرة عالمية بحق، ولتتغير طبيعة العمل السياسي إلى الأبد، ويشرح الكاتب في القسم الأخير من الفصل دور الشبكات الاجتماعية في تعزيز مفهوم الحكومة الإلكترونية، فيشرح معنى الحكومة الإلكترونية وخصائصها، وكيفية تقديم خدمات الحكومة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك كيفية تحاور الحكومات مع شعوبها من خلال ذلك الواقع أيضا، ليعطي الكاتب نظرة مستقبلية على دور مواقع التواصل الاجتماعي في تحقيق الديمقراطية الإلكترونية أو تعزيز الويقراطية.

وفي الفصل الخامس من هذا الكتاب، يحاول الكاتب إلقاء الضوء على البعد الديني من هذه الظاهرة، فيناقش كيفية أن مواقع التواصل الاجتماعية هي سلاح ذو حدين، قد يستخدم في الشر أو في الخير بحسب نية مستخدمه، ومن ثم يأتي الكاتب على ذكر الأحكام الفقهية الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي واستخداماتها ويفصل هذه الأحكام مستعيناً بفتاوى وآراء كبار العلماء المسلمين وبشكل موضوعي، ذاكراً لأحكام الإنشاء أو الاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي ، وحكم الاختلاط عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فأحكام التعاقد التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كالبيع والشراء والمشاركة والمضاربة والاستصناع والمزارعة وغيرها، وأحكام العقود غير التجارية كالزواج والطلاق والقرض والوكالة والضمان عبر هذه المواقع، ومن ثم يفصل أحكام الترفيه الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، كحكم لعب القمار عبرها، أو سماع الأغاني ومشاهدة الأفلام، و أحكام تنزيل ونشر المعلومات والكتب من مواقع الشبكات الاجتماعية، ومن ثم

ينتقل الحديث إلى أحكام الجرائم الإلكترونية عبر هذه المواقع، كأحكام مهاجمة المواقع واقتحام الرسائل الخاصة والتجسس، وقذف الناس وشتمهم أو الاحتيال والسرقة الإلكترونية عبر هذه المواقع، ليناقش الكاتب في القسم الأخير من هذا الفصل المهم موضوعاً طال الجدال والنقاش فيه، ألا وهو حكم المطالبة بإصلاح وتغيير المجتمع الإسلامي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية ذاكراً حجج من هم مع أو ضد هذا المبدأ، وليلقي الكاتب ضوءاً على مستقبل الدين في فضاء مواقع التواصل الاجتماعي.

وينهي الكاتب مع **الفصل السادس**، والذي تحدث فيه عن كيفية استخدام القوى الهائلة والكامنة في صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها، وكيفية استغلال هذه القوة الجبارة للمصلحة الذاتية، سواء أكان المرء شخصاً عادياً، أم شركة تجارية، أم مجموعة أو حزباً سياسياً، أم حكومة معينة، أو منظمة دولية، منهياً بإيضاح الطريق لمستقبل هذا الابتكار ومصيره عربياً ودولياً.

ولقد كان قصد الكاتب من وراء تناول مواضيع هذا الكتاب الحساسة والمهمة، أن يخرج بفكرة حقيقية عن واقع العالم في عهد الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل، فطرقُ تفكير العالم قد تغيرت للأبد ومع الأسف فهنالك العديد من الحكومات العالمية والعربية ما تزال تعتقد أن العالم يعمل بالطريقة نفسها التي كان يعمل بها في عهد ما قبل الشبكات الاجتماعية، وهو اعتقاد خاطئ أثبت فشله في حال العديد من الدكتاتوريات التي أبت أن تستوعب القوة الكامنة في هذه المواقع على التغيير الفعال والسريع.

وهنالك اليوم العديد من الناس والشركات والحكومات، خاصة في منطقتنا العربية لم تستوعب بعد أهمية هذا الابتكار الرائد لنقل الوطن العربي من مصاف الدول المتأخرة والضعيفة اقتصادياً وسياسياً وثقافياً، إلى مصاف الدول المتقدمة والقوية عسكرياً واقتصادياً وسياسياً، بل فر العديد من هذه المواقع فرار الحمر

المستنفرة من الأسود الجائعة، واعتبروها رجساً من عمل الشيطان الغربي والمتآمر على عالمنا المتهالك أصلاً، ولم يروا فيها قوتها الحقيقية الكامنة في قدرتها على تقريب مسافات الحوار والتعاون الدولي وتحقيق الاحترام المتبادل بين الأمم والمجتمعات الإلكترونية.

فهذه المواقع بقوة وتقنيات أدواتها المخصصة للتواصل الفوري والسريع والمستمر، والنابعة من كفاءة هذه الأدوات على تجميع الناس حول غاية أو هدف واحد مشترك، استطاعت في أقل من عقد واحد منذ بداية اكتشافها إلى اليوم، أن تفعل ما عجزت عنه عقود طوال من الكفاح السياسي والثقافي وحركات الإصلاح الاقتصادية والسياسية وغيرها، ألا وهو إيقاظ العملاق العربي النائم أو المنوم، من سبات التخلف والجهل والفقر والقمع العميق، فلمت شمل الملايين من جماهير الشباب العربي حول راية الإصلاح الحقيقي والتغيير الفعلي نحو غد أفضل لهم ولأولادهم، ومن كان جاهلاً بقدرة مواقع التواصل على هذا التغيير، فسأل باستخفاف عن شباب مواقع التواصل المطالبين بالتغيير، من أنتم؟ فجاءت الإجابة مدوية بأنهم هم من فعلوا ما عجز الآباء والأجداد عن فعله خلال القرن المنصرم، ألا وهو التواصل والتجمع حول قضايا نبيلة وهادفة، حققت في النهاية تغييراً حقيقياً وملموساً انتشر صداه في العالم أجمع.

وعندما تناول الكاتب هذه المواضيع الساخنة في الكتاب، كان القصد منه إلقاء الضوء على هذه الظاهرة بشكل موضوعي، ومناقشاً لأهم النظريات والمفاهيم الواردة في الكتب والدراسات والأبحاث العلمية العربية والغربية حول هذا الموضوع، من أجل الوصول إلى تصور واضح حول هذه الظاهرة، بحيث يترك القارئ عالماً بها وعارفاً لأجوبة أسئلة طالما تساءل بها عند ذكر ظاهرة الشبكات الاجتماعية، وليعرف كيفية استغلال قوى هذه المواقع، فيما يحقق مصلحته ومصلحة المجتمع والأمة من حوله، فالمستقبل اليوم لمن يعرف كيف يستغل هذه المواقع، والصراع

اليوم ليس في ساحات الوغى، بل المعارك تجرى رحاها على صفحات الفيس بوك واليوتيوب، والغلبة لمن يعرف كيف يروض قواها لمصلحته.

والله دوماً من وراء القصد، وآخر دعوانا أن الحمد لله رب العالمين.

د.خالد يوسف المقدادي

الفصل الأول

البعد التقني لثورة الشبكات الاجتماعية

"منطقتين دائمتي التغيير... تكنولوجيا المعلومات والتكنولوجيا الطبية تلك هي الأشياء التي بسببها سيكون العالم مختلفاً جداً، ٢٠ سنة من الآن مما هو عليه اليوم"

بيل جيتس مؤسس شركة مايكروسوفت، في حديث له في ٢٠٠٩/٢/٥

لمحة تاريخية عن تطور الإنترنت والشبكات الاجتماعية

عبر الزمن كانت هنالك ابتكارات وإبداعات ساهمت في تغيير الحضارة البشرية وتطوير مسيرتها نحو الأفضل، فمن اكتشاف النار فالعربة، مروراً باكتشاف المحرك البخاري، ومن ثم الكهرباء، حتى عصر الاتصال اللاسلكي واكتشاف الحاسوب، كلها إسهامات غيرت من طريقة صناعة الحضارة، والإنترنت[1] بلا شك هو تاج الابتكارات التكنولوجية التي غيَّرت العالم، فهو قدم أرخص وأسرع طريقة اتصال ونقل للمعلومات في التاريخ الحديث، مما غير من طريقة التراسل بين الأفراد وحتى المؤسسات عبر البريد الإلكتروني، وغيَّر من الإعلام والثقافة والتعليم وغيرها من نواحي الحياة، وسنستعرض أهم المراحل التي مر بها هذا الابتكار حتى ومن ضمنها عصر مواقع التواصل الاجتماعي والتي تعتبر احد الاستخدامات المتميزة لهذا الاكتشاف العظيم.

أهم مراحل التسلسل التاريخي لتطور الإنترنت والشبكات الاجتماعية[2]:

١-من عام ١٩٦٠-١٩٧٠:

نظرية "Packet Switching" تنتقل من الفرضية للتطبيق العملي أوائل الستينيات، ومنذ منتصف الستينيات بدأت شركة " ARPA " بتطوير شبكة

(١) الإنترنت : هو نظام ووسيلة اتصال من الشبكات الحاسوبية يصل ما بين حواسيب حول العالم ببروتوكول موحد هو بروتوكول إنترنت، تحمل الإنترنت اليوم قدراً عظيماً من البيانات والخدمات، ربما كان أكثرها شيوعا اليوم صفحات النصوص الفائقة المنشورة على الوِب، كما أنها تحمل خدمات وتطبيقات أخرى مثل البريد وخدمات التخاطب الفوري، وبرتوكولات نقل الملفات. والاتصال الصوتي وغيرها. للمزيد ارجع إلى صفحة انترنت في الموسوعة المفتوحة ويكابيديا:
http://ar.wikipedia.org/wiki

(2)Hock, Randolph, The Extreme Searcher's Internet Handbook A Guide for the Serious Searcher, Third Edition, Cyber Age Books, USA, 2010

ابرانت" ARPANET"، عندما قامت بعملية وصل أجهزة الكمبيوتر العسكرية المنتشرة عبر الولايات المتحدة وهي أربع أجهزة رئيسية عن طريق هذه الشبكة وهي تعتبر نواة شبكة الإنترنت اليوم.

٢-من عام ١٩٧٠-١٩٨٠:

نمت شبكة ابرانت لتشمل ٢٣ جهازاً رئيسياً ولتخرج عن النطاق العسكري وتشمل الجامعات ومراكز البحوث العلمية الحكومية، وفي منتصف السبعينيات تم وصل لأول مرة بالخارج مع جامعة لندن ومركز في النرويج لتصبح دولية، كما تم عام ١٩٧٨ فصل البروتوكول(طريقة تبادل البيانات) إلى TCP / IP لأول مرة، وتم إنشاء أول مجموعة على الإنترنت "Group" وهي مجموعة جامعة ديوك في كارولينا واستخدمت اليوسنت لذلك، وتعتبر نواة التواصل الاجتماعي عبر الإنترنت.

٣-من عام ١٩٨٠-١٩٩٠:

تطوّرت صناعة الحاسوب لينتشر الحاسوب الشخصي في بيوت العامة من الأمريكيين، وتعددت الشبكات التي تربط الحاسوب غير ابرانت، وفي عام ١٩٨٢ ظهر أول استخدام لعبارة إنترنت "Internet" مع ظهور أجهزة الخادم (سيرفرات "Servers") لتخزين المعلومات وتسهيل الوصول لها، وفي عام ١٩٨٦ أنشئت المؤسسة الوطنية للعلوم الأمريكية الشبكة باسم " NSFNet " لربط المدارس والجامعات بشبكة الحاسوب، وهي كانت العامود لاتصال الديل اب عبر خطوط الهاتف لربط الحواسيب ببعضها مع بعض ونقل البيانات عبر الموديم ذو سرعة ٥٦ كيلو بايت بالثانية، وفي نهاية تلك الفترة صار هنالك أكثر من ٣٠٠ ألف حاسوب مرتبطة بعضها مع بعض.

٤-من عام ١٩٩٠ – ٢٠٠٠ :

في بداية هذا العقد تم تقديم مفهوم الشبكة العالمية الموسعة " World wide web " من قبل" تم لي" في مؤتمر جنيف، مع مفهوم بروتوكول الانتقال من نص إلى آخر مرتبط به "http "، حيث بلغ عدد أجهزة الحاسوب المرتبطة بعضها مع بعض حوالي مليون جهاز، كما ظهر مفهوم تصفح الإنترنت في تلك الفترة، وفي عام ١٩٩٤ ظهر برنامج موزاييك أول متصفح للصور والكتابات على الإنترنت، وفي منتصف العقد توقفت NSFNet عن تقديم خدمة الربط على الانترنت، وظهرت شركات تجارية أخرى لربط الأفراد والمؤسسات في أمريكا وأوروبا وآسيا وأمريكا الجنوبية وإفريقيا (وفي الوطن العربي دولة ربطت عبر الإنترنت تونس في عام ١٩٩١ وتلتها الكويت) ويسمح بمواقع أجنبية باللغات المحلية، وقد ظهر أول موقع تواصل اجتماعي عام ١٩٩٧ وهو SixDegrees.com وهو استخدم لتبادل الأخبار بين طلاب الجامعات، وفي عام ١٩٩٩ تفوق برنامج مايكروسوفت للتصفح على الإنترنت إكسبلورر"Internet Explorer " على موزاييك كونه المتصفح المفضل الأول في العالم، وليصل عدد الأجهزة المربوطة في نهاية العقد إلى ١٠ ملايين جهاز.

٥-عام ٢٠٠٢: جووجل محرك البحث الأول في العالم يسجل ٣ بليون موقع في فهرسه.

٦-عام ٢٠٠٣: يوجد ٢٠٠ مليون جهاز مربوط على الشبكة العالمية. وإطلاق أول موقع تواصل اجتماعي مخصص لتبادل الصور وإضافة الأصدقاء وهو Myspace.com وكذلك إطلاق موقع لينكد إن.

٧-عام ٢٠٠٤: المدونات "Web blogs" التي ظهرت في منتصف التسعينيات، تلقى انتشاراً واسعاً عبر العالم.

٨-عام ٢٠٠٥: إطلاق موقع يوتيوب لتحميل وتنزيل الأفلام المصورة، وكذلك إطلاق مارك زاكربيرغ موقع فيس بوك في جامعة هارفرد.

٩-عام ٢٠٠٦: يزداد التركيز على إنشاء المواقع ذات التواصل مع المستخدم "Interaction Application Websites" وتعتمد على تقديم الطلبات، الصور، الأغاني وتبادل الملفات، وتتوسع شبكة الفيس بوك موقعاً للعالم وتوسع استخدامه تجارياً، وشهد هذا العام ظهور موقع تويتر أيضاً.

١٠-عام ٢٠٠٩: البدء بالحديث عن تطبيق انترنت ٢,٠ الجيل الجديد من شبكة الانترنت، لتقديم خدمة أسرع ومتنوعة بشكل أكبر.

واليوم صار الإنترنت صوت العالم الذي ينطق بلغاته المتعددة، حيث أعلن الاتحاد الدولي للاتصالات، يوم الأربعاء، أن عدد[1] مستخدمي الانترنت في العالم وصل إلى ملياري مستخدم مع مطلع العام ٢٠١١، أي أن حوالي ٣٠٪ من سكان الأرض موصلون عبر شبكة الحاسوب العالمية، وتوقع التقرير أن يبلغ عدد المستخدمين قرابة ٥٠٪ من سكان الأرض بنهاية هذا العقد، مما يدل أن المستقبل لابتكار الإنترنت واستخداماته وخدماته المتعددة وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي.

وفق إحصائية الاتحاد الدولي للاتصالات عن استخدام الإنترنت في عام ٢٠١٠ فإنه :

- ١٠٧ تريليون رسالة الكترونية تم إرسالها في العام 2010 ، و بمعدل ٢٩٤ مليار معدل الرسائل الالكترونية المرسلة يومياً، منه ٨٩,١٪ نسبة البريد الالكتروني الذي سجل على أنه بريد مزعج spam .

- ٢٥٥ مليون عدد المواقع الالكترونية حتى كانون الأول ٢٠١٠ ، وبزيادة ١٤ ٪ في عدد مستخدمي الانترنت عن السنة السابقة. حيث بلغت نسبة نمو أسماء

---

(١) مع مطلع ٢٠١١ .. عدد مستخدمي الانترنت في العالم يتجاوز الملياري نسمة، موقع أرقام ديجيتال، ٢٠١١/١/٢٧.

النطاقات ٧٪ عن السنة التي سبقتها .

– وبلغ عدد مستخدمي الانترنت في إفريقيا ١١٠,٩ مليون وفي آسيا ٨٢٥ مليون، و٤٧٥ في أوروبا، و٢٦٦ مليون في أمريكا، و٦٣,٢ في الشرق الأوسط[1].

---

(١)(المصدر: (http://fatayat.alnaddy.com/t35320.html).

مفهوم الشبكات الاجتماعية ظهر كمصطلح فلسفي اجتماعي منذ القرن الثامن عشر، ولكن الجديد هو تحويله من فرضية اجتماعية إلى واقع تقني عبر الإنترنت ووسائل الاتصال المتقدمة، مما نقل الفرضية إلى الفضاء الإلكتروني وشكلت ظاهرة جديدة على العالم، فما هو مفهومها وما هي خصائصها ؟.

مفهوم الشبكات الاجتماعية من منظور تقني:

الشبكات الاجتماعية "Social Networking": هو استخدام تطبيقات الإنترنت للتواصل والاتصال بالغير[١].

أو هي: المواقع الإلكترونية التي توفر فيها تطبيقات الإنترنت خدمات لمستخدميها تتيح لهم إنشاء صفحة شخصية معروضة للعامة ضمن موقع أو نظام معين، وتوفر وسيلة اتصال مع معارف منشِئ الصفحة أو مع غيره من مستخدمي النظام، وتوفر خدمات لتبادل المعلومات بين مستخدمي ذلك الموقع أو النظام عبر الإنترنت[٢].

أما مفهوم مواقع التواصل الاجتماعي "Social Media Webs ": هي مواقع الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة والمساهمة في إنشاء أو إضافة صفحاتها وبسهولة[٣].

---

(1) Dane and Ellen Sautter, Find a Job Through Social Networking, Crompton, second edition, Just Works, USA, 2011

(2) Boyd, Danah, and Nicole Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, University of Indiana , 2007, 13(1), article 11

(3) Karjaluoto, Eric, A Primer in Social Media, A smashLAB White Paper, USA, 2008

مكونات الشبكات الاجتماعية [1]:

الشبكات الاجتماعية و أدواتها للتواصل الاجتماعي تتكون عموما من عدة تطبيقات أو مواقع، أهمها هي:

أولاً: مواقع التواصل الإلكترونية: وهي المواقع التي تسمح بإنشاء صفحات خاصة بالأشخاص والتواصل مع أصدقائهم ومعارفهم، مثل موقع "ماي سبيس" و"فيس بوك".

ثانياً: المدونات الإلكترونية "Blogs" : وهي مواقع إلكترونية تمثل مفكرات شخصية أو صحف شخصية تسرد من خلالها الأفكار الشخصية للأفراد أو الجماعات وهي مفتوحة أمام الجميع.

-الويكيز "WIKIS": وهي الصفحات التي ينشِئُها العامة عبر موقع موسوعة مفتوحة مخزنة على جهاز خادم عام (سيرفر تجاري متوفر للجميع مجاناً) أشهرها موقع "ويكابيديا" ، وهي تسمح للأشخاص العاديين بإضافة أو تدقيق أو تعديل صفحات عن معلومة أو تعريف معين على هذه الموسوعة الإلكترونية ذات المصدر المفتوح.

-البودكاستس " Podcasts" : أو مواقع البث الإلكترونية، وهي المواقع التي توفر خدمة تحميل أو تنزيل الأغاني والأفلام للمشتركين في هذا الموقع أو برنامج التنزيل، مثل موقع "آبل آي تيونز".

-المنتديات الإلكترونية "Forums ": وهي مواقع توفر مناطق أو فسحات إلكترونية للتعبير عن الرأي وكتابة المواضيع العامة، وهي عادة ما تدور حول موضوع معين، أي لكل منتدى تخصص معين، مثل منتدى للموسيقى، وهي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً، لأنها سهلة الاشتراك ولا تحتاج لتقنية

---

(1) Mayfield, Antony, What is Social Media, IC rossing, 2008

كبيرة لإضفاء موضوع كما في المدونات مثلاً.

-محتوى المجتمعات " Content communities": هي المجتمعات التي تنظم وتبادل أنواع معينة من المحتوى، والأكثر شعبية منها هو محتوى المجتمعات التي تميل إلى تشكيل روابط حول صورة(Flickr)، أو حول رابط كتاب(del.icio.us)، أو فيلم فيديو(يوتيوب).

- المايكرو بلوجز " Microblogging ": هي مواقع تجمع بين ميزات مواقع التواصل الاجتماعي من حيث إنشاء صفحة بمعلوماتك الخاصة، وبين ميزات المدونات الإلكترونية من حيث سهولة نشر أخبارك الخاصة وتوفير قناة إعلامية خاصة بك، وهذه التحديثات" Updates" تتم إما عبر الإنترنت أو عبر الهاتف المحمول، وموقع التويتر هو خير مثال عليها.

خصائص الشبكات الاجتماعية

الشبكات الاجتماعية هي المواقع الإلكترونية التي تتمتع بالخصائص[1] الفريدة بها التالية:

-المشاركة " **Participation**": وسائل المواقع الاجتماعية تشجع المساهمات وردود الفعل من الأشخاص المهتمين، حيث إنها تطمس الخط الفاصل بين وسائل الإعلام والجمهور.

-الانفتاح " **Openness** ": معظم وسائل الإعلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الإنشاء والتعديل على الصفحات، حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادراً ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

---

(١) ابد ٧

-المحادثة " Conversation ": حيث تتميز مواقع التواصل الاجتماعي و وسائل الإعلام الاجتماعية عن التقليدية من خلال إتاحتها للمحادثة في اتجاهين، أي المشاركة والتفاعل مع الحدث أو الخبر أو المعلومة المعروضة.

-المجتمع " Community ": وسائل الإعلام الاجتماعية تسمح للمجتمعات المحلية لتشكيل مواقعها الخاصة بسرعة والتواصل بشكل فعال، ومن ثم ترتبط تلك المجتمعات في العالم أجمع حول مصالح أو اهتمامات مشتركة، مثل حب التصوير الفوتوغرافي، أو قضية سياسية، أو للتعلم، أو برنامج تلفزيوني مفضل، ويصبح العالم بالفعل قرية صغيرة تحوي مجتمعاً الكترونياً متقارباً.

-الترابط " Connectedness ": تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بأنها عبارة عن شبكة اجتماعية مترابطة بعضها مع بعض، وذلك عبر الوصلات والروابط التي توفرها صفحات تلك المواقع والتي تربطك بمواقع أخرى للتواصل الاجتماعي أيضاً، مثل خبر ما على مدونة يعجبك فترسله إلى معارفك على الفيسبوك وهكذا، مما يسهل ويسرع من عملية انتقال المعلومات.

وفق إحصائية الاتحاد الدولي للاتصالات عن استخدام الإنترنت والشبكات الاجتماعية في عام ٢٠١٠ فإنه :

- بلغ عدد المدونات على الشبكة الإلكترونية ١٥٢ مليون مدونة.

- ٢٥ مليار هو عدد الرسائل المرسلة عبر تويتر، أرسلت من قبل ١٧٥ مليون شخص، وهو عدد مشتركي تويتر حتى أيلول ٢٠١٠.

- وبلغ عدد مشتركي الفيس بوك ٦٠٠ مليون مستخدم حتى نهاية ٢٠١٠، وقد سجل ٢٥٠ مليون مستخدم جديد في سنة ٢٠١٠ لوحدها، وقد احتوى الفيس بوك على ٣٠ مليار موضوع (روابط - ملاحظات - صور و غيرها) تم مشاركتها شهرياً على صفحاته، و٢٠ مليون هو عدد التطبيقات التي يتم تنصيبها عبره يومياً.

- أما بالنسبة لليوتيوب، فقد تم مشاهدة ٢ مليار من ملفات الفيديو يومياً عبر موقعه، حيث إنه يتم رفع ٣٥ ساعة من الفيديو إلى هذا الموقع كل دقيقة.

- كما أن هنالك مليار صورة محتضنة في Flickr بمعدل ٣٠٠٠ صورة كل دقيقة.

- ويبلغ عدد الأفلام التي تحمل على الفيسبوك ٢٠ مليون شهرياً، كما يحمل ٣٦ مليار صورة سنوياً عليه أيضاً.[1]

وسنستعرض المزايا التقنية والخدمات التي توفرها أهم مواقع التواصل الاجتماعي الرئيسية في القسم التالي من هذا الفصل.

---

(١) المصدر: (http://fatayat.alnaddy.com/t35320.html).

المدونات الإلكترونية Blogs ومميزاتها

هي من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي انتشاراً في العالم، بل هي الأصل الذي تفرعت منه وسائل التواصل الاجتماعي الأخرى عبر الإنترنت، وترجع المحاولات الأولى للتدوين(Blogging) إلى المجتمعات الرقمية التي كانت منتشرة على مواقع البريد الإلكتروني أو محركات البحث عام ١٩٩٠، وتعتبر التعليقات على الأخبار المنشورة إلكترونياً من أولى محاولات التدوين كذلك، ومن ثم تطورت المدونات عبر ظهور صفحات إلكترونية بمثابة مذكرات شخصية وهي أولى محاولات التدوين المسجلة وذلك في عام ١٩٩٤ بعد ظهور أول مدونة كيوميات على الإنترنت كانت تكتبها الصحفية جوستين هول، ومن كان يكتب بهذه الطريقة أطلق عليهم بكتاب اليوميات.

وقد أطلق جون بارجر مصطلح سجل الويب (weblog) على تلك التعليقات المنشورة على الأخبار عام ١٩٩٧، وتطور المصطلح بعد ذلك بوقت قصير، استخدم إيفان ويليامز في مختبرات بيرا مصطلح المدونة (blog) وهو اسم وفعل على حد سواء، وابتكر أيضاً مصطلح "مدون" وهو الشخص الذي يكتب في المدونة، مما أدى إلى شيوع المصطلح[١].

ومن ثم انتشرت المدونات مع بداية الألفية، خاصة مع ظهور مواقع توفر خوادم ذات سعة حفظ كبيرة مجاناً لإنشاء مدونتك الخاصة مثل Bloggers.com وBlogPost.com و Wordpress.com وغيرها، ومع توفير الأدوات مجاناً لإنشاء وتعديل الأخبار على صفحات شخصية تعبر عن رأي أصحابها، وقد زاد الاهتمام العام بها عندما بدأ صحفيون وناشطون التدوين والتعبير عن آرائهم الخاصة والتعليق على ما يجري من أحداث في العالم عبرها وبحرية تامة، وقد انضم رجال الأعمال وأشخاص مهمون للتدوين منذ العام ٢٠٠٥ وقد أصبح للحكومات الغربية

---

(١) مدونة، الموسوعة المفتوحة ويكابيديا http://en.wikipedia.org/wiki/Blog

كأمريكا وإسرائيل مدونات خاصة للحكومة، وصارت تنشر التصريحات والأخبار عبرها أولاً بأول وحتى قبل صدورها في الصحف الرسمية أحياناً.

وقد بدأ التدوين في الوطن العربي في ٢٠٠٤ من خلال بعض مستخدمي الإنترنت المطلعين على المواقع الأجنبية، والذين استهوتهم التجربة فقرروا محاكاتها، وهكذا ظهرت أولى المدونات العربية باللغة الإنجليزية في المشرق العربي أو بالفرنسية في المغرب العربي. معظم المدونين آنذاك، اتخذوا من موقع Blogger التابع لـ Google محطة انطلاق لهم، إذ كان أشهر موقع يوفر هذه الخدمة، وأكثرها احترافية.

فلم يطل الوقت بالمواقع العربية، قبل أن تستحدث هي الأخرى خدمات التدوين، وتوفير المساحات للمستخدمين، فاتحة بذلك باباً واسعاً لعدد كبير من مستخدمي الإنترنت العربية، ومعلنة عام ٢٠٠٥، عامًا عربيًا للتدوين، حيث فتحت مواقع "مكتوب وجيران" وأكتب مجالاً لخدمة التدوين، وتبعتها العديد من المواقع العربية والمحلية التي أصبحت تستضيف عددًا لا يحصى من المدونات، وتعتمد مواقع الاستضافة العربية على خصائص وأوامر في برمجتها ساعدت في تكوين مجتمعات تدوينية مصغرة، تحمل طابع البلد الذي ينتمي إليه أصحابها[1]، حيث يقال: إن أول مدونة عربية أنشأتها فتاة مصرية تحت لقب "بنت مصر" عام ٢٠٠٥ تعبر فيها عن رأيها السياسي.

واليوم صارت المدونات مصدراً رئيسياً للمعلومات، بل هنالك بعض المدونات الإخبارية تضاهي وتنافس مواقع الصحف الأمريكية، وقد امتد تأثير المدونات ليشمل جميع نواحي الحياة الاقتصادية والاجتماعية والسياسية، وتعدى دورها الإخباري فقط، وقد انضمت الحكومات العربية مؤخراً لتأسيس مدوناتها الحكومية الخاصة لتشجيع وتطوير الأداء ، خاصة بعد دور المدونات الظاهر في

---

(١) قاسمي اسماعيل، المدونـات.. فضاء للحريات، رسالة ماجستير، كلية العلـوم السياسـية والإعـلام، جامعة الجزائر ٢٠٠٧.

إشعال فتيل الربيع العربي، وكما يبدو أن المستقبل سيكشف عن زيادة التدوين والمدونين في الوطن العربي، بل وفي العالم أجمع، خاصة مع تزايد إقبال السياسيين والمشاهير على تدوين آرائهم.

مميزات المدونات الإلكترونية:

للمدونات الإلكترونية مميزات[1] تقنية عديدة، تسهل نشر المعلومة وإيصالها، أهمها هي:

سهولة إنشائها: فالعديد من المواقع الإلكترونية توفر الدعم التقني لإنشاء مدونتك، مثل مساحة لتخزين الصور والمحتوى، أداة لإدارة المدونة " Content Management Tool"، بل وتوفر نماذج جاهزة لتصميم موقعك "EasyTemplates"، فممكن أن تختار التصميم الذي يناسبك، كجريدة أو عائلي أو غيره، كل ذلك مجانا فقط مقابل تسجيل دخولك عبر إدراج عنوان البريد الإلكتروني الخاص بك مع كلمة السر، بل بعضها يوفر خدمة بيع اسم مسجل لموقعك مقابل بضعة دولارات سنوياً، وعندها يصبح لك موقعاً الكترونياً وايميل خاص به.

سهولة تحديثها وصيانتها: فأنت عندما تشترك وتنشأ مدونتك، سوف لن تحتاج إلى برامج أو خبرة كبيرة في إدارة الموقع، بل التحديث يحدث عادة عن طريق معالج يشبه برنامج الوورد "Word Processer" وإضافة الصور وتحميلها تشبه طريقة التحميل والإضافة العادية على الوورد أيضاً أو عبر البرامج الأخرى، وعادة يوفر لك الموقع دليل بجميع اللغات ومنها العربية عن كيفية إنشاء موقعك خطوة بخطوة، ولوحة التحكم بإدارة الموقع عادة ما تكون بجميع اللغات ومنها العربية أيضاً، وحتى الدعم التقني لصيانة الموقع والمحافظة عليه من الهجمات يوفر من قبل إدارة المنتدى أو الموقع الإلكتروني مالك الخادم الرئيسي، مما يسهل من عملية

---

(1) Dhakal ,Rabin , Advantages Of Blogs, ezinearticles.com, 1/11/2007

تحديث البيانات على المدونة.

المدونات صديقة لمحركات البحث" Search Engine Friendly": حيث إن كل عملية تحديث على المدونة تترافق مع عنوان URL مختلف، أي أنه سيكون لكل من هذه التعديلات صفحتها الخاصة على شبكة الإنترنت ومنفصلة، فإذا كنت تهتم لمناصب جيدة في الظهور ضمن نتائج محركات البحث كجووجل وياهو، وركزت على موضوع معين واختيار الكلمات التي تصف مشاركتك بعناية جيدة، فإنه سيكون لديها فرصة أكبر لترتيب جيد مع محركات البحث.

سهولة التواصل مع قاعدة المعجبين: فاليوم توفر معظم مواقع المدونات إضافات للتواصل الاجتماعي "Social Add-ons" ، مثل أيقونات الفيس بوك وتويتر، وكذلك توفر خدمة RSS مما يسهل من عملية ربط ونشر خبرك المحدث عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي ولأكبر قاعدة من المتابعين أو المهتمين بهذا الموضوع.

مجانيتها، فإنشاء وتحديث المدونة لا يكلف شيئاً، مقابل نشر رأيك أو الترويج لمنتجك أو لحزبك السياسي، وهو ما كان ليكلفك الآلاف لو رغبت في نشره عبر وسائل الإعلام التقليدية، فالمدونات تتيح لك قوة الآلة الإعلامية العالمية في راحة يديك ومنزلك.

مساحة غير محدودة للتخزين: فالمدونات تتيح لك مساحة غير محدودة مجاناً لتخزين ما تريده من معلومات أو صور أو أفلام أو غيرها، وهو ما كان ليكلفك مئات الدولارات لدى المواقع الإلكترونية العادية أو من خلال خوادم البريد الإلكتروني العادية، وهي ميزة كبيرة في حد ذاتها.

ملاحظة: اليوم صار الجميع يستخدم المدونات لسهولتها ومجانيتها وتعرضها لشريحة واسعة من الجمهور، وحتى إن لم تعرف كيفية الاشتراك وإنشاء المدونة، فإنه يوجد دليل مجاني لدى كل موقع مدونات يمكنك تنزيله باللغة العربية، وحتى

إن لم تعرف فلا بد من صديق له مدونة يساعدك، فالمدونة عبارة عن سلاح وفرصة للتعبير عن رأيك بكل الأمور، من الأفلام والمسلسلات والرياضة، حتى أمور المجتمع والسياسة، فهي صوت من لا صوت له.

للمزيد راجع مدونة كاتب هذا الكتاب:

http://khaledyousefar.wordpress.com

يعتبر موقع فيس بوك للتواصل الاجتماعي درة تلك المواقع، فهو أكثر من ساهم في نشر ثقافة التواصل الاجتماعي بين الناس من مختلف الطبقات والاتجاهات والأديان حول العالم، وذلك بسبب خصائصه التي سنناقشها والتي يسرت وشجعت الناس على الاشتراك والتواصل عبره.

والفيس بوك "FaceBook" أو كتاب الوجوه باللغة العربية: هو موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، أي أنه يتيح عبره للأشخاص العاديين والاعتباريين (كالشركات) أن يبرز نفسه، وأن يعزز مكانته عبر أدوات الموقع للتواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع تواصل أخرى، إنشاء روابط تواصل مع الآخرين[1].

وقد أسس هذا الموقع مارك زاكربيرج هذا الموقع عام ٢٠٠٤ لغرض التواصل بين الطلبة في جامعة هارفرد الأمريكية، ومن ثم انتشر استخدامه بين طلبة الجامعات الأخرى في أمريكا وبريطانيا وكندا، وليتطور الموقع وخصائصه من مجرد موقع لإبراز الذات والصور الشخصية، إلى موقع متخصص بالتواصل ترعاه شركة فيس بوك والتي أصبحت تقدر بالمليارات عام ٢٠٠٧ نتيجة لاشتراك ٢١ مليون مشترك في هذا الموقع ذلك العام ليتعدى أي موقع للتواصل الاجتماعي ويصبح الأول على صعيد العالم.

وقد تحول الموقع من مجرد مكان لعرض الصور الشخصية والتواصل مع الأصدقاء والعائلة، إلى قناة تواصل بين المجتمعات الإلكترونية، ومنبر لعرض الأفكار السياسية، وتكوين تجمعات سياسية إلكترونية عجزت عنها أعتى

---

(1) Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C, The benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, 12(4), article 1.

الأحزاب الفعلية على الأرض، وكذلك لتصبح قناة تواصل تسويقية أساسية تعتمدها الآلاف من الشركات الكبيرة والصغيرة للتواصل مع جمهورها، وكذلك الصحف والتي اعتمدت على المجتمعات الإلكترونية لنقل أخبارها والترويج لكتابها وغيرها من وسائل الإعلام ، ليتعدى موقع الفيس بوك وظيفته الاجتماعية إلى موقع تواصل متعدد الأغراض، ويتوقع أن يصل عدد مشتركيه في عام ٢٠١٣؟ قرابة نصف مليار مشترك، وليصبح مستقبلاً أكبر تجمع إلكتروني بشري على وجه الأرض.

مميزات الفيس بوك من ناحية تقنية:

أهم مميزات[1] الفيس بوك هي:

الملف الشخصي"Profile " : فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشِئ ملفاً شخصياً يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، وكلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعها بالتحديد.

إضافة صديق " Add Friend": وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيس بوك بواسطة بريده الإلكتروني.

إنشاء مجموعة "Groups ": تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الإنترنت أن تنشِئ مجتمعاً الكترونياً يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم اجتماعية أم رياضية ..إلخ، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصرياً للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعها.

(١) أحمد، مدثر، شرح كيفية التسجيل في موقع فيس بوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، جامعة جوبا، السودان.

لوحة الحائط" Wall": وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

النكزة "Pokes": منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخطر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به .

الصور"Photos ": وهي الخاصية التي تمكن المستخدمين من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

الحالة"Status ": التي تتيح للمستخدمين إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية "News Feed ": التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

الهدايا "Gifts ": ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية. تتكلف الهدايا ١٠٠دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

السوق"Marketplace ": وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبوبة مجانية .

إنشاء صفحة خاصة على الموقع" FaceBook.": تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين ويكون اسم الدومين الخاص بها منتهياً بفيس بوك، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة

وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كما في المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Face book Adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصل لصفحتك على الفيسبوك، تدفع مبلغاً يومياً أو شهرياً أو سنوياً يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الإعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته.

تويتر Twitter ومميزاته

مع تطور مواقع التواصل الاجتماعي وازدياد الإقبال عليها، ظهرت مواقع هدفها تسهيل وتبسيط ذلك التواصل، ليصبح عادة يومية في حياة الفرد وجزءاً من نشاطه الاجتماعي اليومي، ومن أبسط وأوسع انتشار لهذه المواقع هو التويتر والذي لخص بحوالي ١٤٠ حرفاً في الرسالة ما تفعله الآن.

فهو موقع شبكات اجتماعية يقدم خدمة تدوين مصغر والتي تسمح لمستخدميه بإرسال تحديثات Tweets عن حالتهم بحد أقصى ١٤٠ حرفاً للرسالة الواحدة. وذلك مباشرة عن طريق موقع تويتر أو عن طريق إرسال رسالة نصية قصيرة SMS أو برامج المحادثة الفورية أو التطبيقات التي يقدمها المطورون مثل الفيس بوك و TwitBird، تظهر تلك التحديثات في صفحة المستخدم ويمكن للأصدقاء قراءتها مباشرة من صفحتهم الرئيسية أو زيارة ملف المستخدم الشخصي، وكذلك يمكن استقبال الردود والتحديثات عن طريق البريد الإلكتروني، وخلاصة الأحداث RSS [1].

وقد ظهر الموقع في أوائل عام ٢٠٠٦ كمشروع تطوير بحثي أجرته شركة Obvious الأميركية في مدينة سان فرانسيسكو، وبعد ذلك أطلقته الشركة رسمياً للمستخدمين بشكل عام في أكتوبر ٢٠٠٦. وبعد ذلك بدأ الموقع في الانتشار كخدمة جديدة على الساحة في عام ٢٠٠٧ من حيث تقديم التدوينات المصغرة، وفي أبريل ٢٠٠٧ قامت شركة Obvious بفصل الخدمة عن الشركة وتكوين شركة جديدة باسم Twitter، ومع ازدياد أعداد من يستخدمه لتدوين أحداثهم اليومية، فقد قرر محرك جوجل للبحث أن يظهر ضمن نتائجه تدوينات التويتر كمصدر للبحث اعتبار من ٢٠٠٩.

واليوم يعتبر تويتر مصدراً معتمداً للتصريحات الشخصية سواء كانت صادرة

(١) موقع الموسوعة المفتوحة، ويكابيديا http://en.wikipedia.org/wiki/Twitter

عن سياسيين أم ممثلين أم صحفيين أم وجهاء المجتمع الغربي والعربي على حد سواء، ويتوقع مستقبلاً مصدراً معتمداً للتصريحات الحكومية والإخبارية وقناة تواصل مع الشعب كما يحدث اليوم في البلدان العربية عقب الربيع العربي وتأثير تويتر القوي فيه.

مميزات التويتر التقنية:

للتدوين عبر موقع تويتر مميزات[1] مفيدة وعديدة، أهمها:

سهل وسريع: فبمجرد إدخالك لبريدك الإلكتروني وتسجيل اسمك واسم الاستخدام وكلمة السر الخاصة بك، تصبح مشتركاً بالموقع، وتستطيع عندئذ أن تبدأ بتدوين وإرسال الرسائل القصيرة عبر الموقع أو من هاتفك المحمول إن كان يدعم تقنية الإرسال عن بعد، وإن أردت أن تعطي صفحة معلوماتك الشخصية طابعا مميزاً، فإن الموقع يتيح لك إرفاق صورة شخصية لك أو شعار مع كل تدوينة قصيرة، مما يضيف طابعاً شخصياً مميزاً لك عبر الإنترنت.

محمول ومتحرك : فموقع تويتر يعتبر من مواقع الشبكات الاجتماعية المحمولة "Mobile Social network Sites" ، أي من المواقع التي تدعم وتتيح أدوات للتدوين أو لإرسال الرسائل والصور القصيرة عبر الهواتف المحمولة ومن أي مكان في العالم.

مجاني: فإرسال التدوينات القصيرة عبر تويتر هو مجاني، بعكس الرسائل القصيرة العادية عبر الهاتف المحمول، وهي خاصية مكنت الملايين من تدوين وإرسال الرسائل الفورية عن كل مجريات حياتهم، وهذا ما ساهم في نشر تويتر حقاً.

أداة فعالة للتواصل مع العالم: فكون التدوين الخاص بتويتر يمكن إرساله من

---

(1) Geekpreneur, A geek's guide to promoting your self and your online business in 140 character or less with Twitter, New Media entertainment, USA, 2010

الحاسوب المحمول أو الهاتف المحمول وبسهولة ويسر، مما يتيح التواصل مع مجموعة كبيرة من الأصدقاء والمعارف أو التابعين لك على الموقع وفي لحظات.

مناسب للتواصل الشخصي: فالتويتر يتيح لك أن تدون ما تفعله الآن، فهي تعطي طابعاً شخصياً للرسالة القصيرة التي تريد إخبارها للمهتمين بك، سواء لتطمئن عائلتك، أو لتبلغ رسالة لحزبك أو مجموعتك، فالهدف النهائي هو التواصل على صعيد شخصي باستخدام هذا الموقع.

أداة فعالة لتعريف الناس بك وباهتماماتك: فالتدوين القصير والفوري عبر تويتر يسمح لك بنشر ما تفعله أو إرسال الرسائل السريعة والفورية عن موضوع تهتم به، إلى جميع التابعين لك، مما يساهم بنشر أفكارك أو بمشاركة الغير لاهتماماتك، كذلك فإن اليوم مع محركات البحث كجوجل فإن تدويناتك القصيرة على تويتر ستظهر على محرك البحث ضمن النتائج فور إرسالها، مما يضاعف من إمكانيات نشر أفكارك أو رسائلك لأكبر عدد ممكن من المهتمين بك وباهتماماتك.

الفورية: فالتدوين الفوري هو من الخصائص المميزة لموقع تويتر، فمن أي مكان تستطيع أن تراقب الحدث وتبدي رأيك فيه فوراً، وترسل تعليقك إلى الملايين في العالم أجمع، ولا ننسى تأثير هذه الخاصية في نقل التصريحات والأخبار العاجلة والفورية، وهو ما تستعمله القنوات الإخبارية الخاصة والرسمية اليوم في الغرب وفي الوطن العربي على حد سواء.

أداة تسويق فعالة: فاليوم صار تويتر يستخدم من قبل الشركات والمعلنين للترويج عن منتجاتهم وعروضهم الجديدة، فبرسالة قصيرة ومجانية تستطيع أن تلعن عن منتجك للعالم أجمع مجاناً، كما يسمح لك بنشر شعارك الشخصي مع كل رسالة.

شعار مميز "Unique Badge": يوفر التويتر إمكانية تحميل صور خاصة لشعار يميزك عن الآخرين عند التدوين، ويسمح بأن يكون هذا الشعار صورة عادية أو

بلغة برمجة مثل HTML أو JAVA ، مما يعطي طابعاً شخصياً وموثقاً مع كل تدوينة.

ميزة التتبع "Following": فمن مميزات التويتر الأساسية هو خاصية التتبع، أي أن تتبع مدون معين على الموقع لكي تصل لك تدويناته أولاً بأول، وكذلك يمكن للغير ان يتبعوك بمجرد الضغط على زر التتبع Follow ، ومع الفترة يصبح لك شبكة معارف ومتتبعون خاصون بك لهم اهتماماتك نفسها ويجمع بينكم هموم مشتركة.

هنالك مواقع وأدوات تسهل من عملية التدوين على تويتر: مثل موقع LoudTwitter.com والذي يجمع تدويناتك عبر تويتر ويعرضها بنص واحد على مدونتك، أو موقع Twitterfeed.com الذي يفعل عكس الموقع السابق، أو موقع Twitterscan.com الذي يوفر خاصية البحث في كل التدوينات المرسلة عبر تويتر، و Twitthis.com والذي يضيف كبسة تويتر لموقعك.

من أجل كتابة تدوينات ممتعة وجاذبة على التويتر، تستطيع من خلالها زيادة عدد التابعين لك فإن العديد من خبراء التدوين على تويتر ينصحون الآتي:

- محتوى التدوينة أو الرسالة التي تريد إيصالها، لا بد أن تكون معبرة وممتعة وجاذبة للاهتمام، أي أن تكتب أحداثك اليومية أو إعلان منتجك بأسلوب عناوين الأخبار في الصحف.

- اجعل الرسالة تتحدث عن موقعك الشخصي لكي تزيد الإقبال عليه، والعكس أضف وصلة على موقعك توصل إلى تدوينتك على تويتر.

- ركز على كلمات جذابة ضمن جملتك، كلمات تتحدث عن موضوع كل الناس تفكر فيه وتكون مهتمة به، ولكي تجعل الناس يتبعونك أرسل الرسائل الخاصة بموضوع معين إلى أناس يكتبون عن الموضوع نفسه في رسائلهم، وبالتالي فإنهم سيتبعونك لكي يبقوا متابعين لتدويناتك، مثل إرسال تدوينة عن الكرة لتابعين

مهتمون بناد معين وهكذا.

- أضف الرابط الإلكتروني الخاص بمدونتك أو موقع شركتك أو موقع حزبك ..إلخ، إلى كل تدوينة غن استطعت، وهنالك مواقع تعمل على تصغير حجم العنوان URL إلى اختصار خاص بتويتر، تستطيع وضعه عندما ترسل التدوينات، مثل twitroo Rareedge.com/ وغيره.

اليوتيوب YouTube ومميزاته

من أوائل الاستخدامات لمواقع التواصل الاجتماعي كان لغرض عرض الصور ومشاهدة الأفلام، وقد كان الفرد يتكلف كثيراً لمشاهدة أو تحميل الفلم عبر الإنترنت، ولكن مع تطور وسائل الاتصال وتقنيات الحاسوب وبرامج التحميل، ظهرت وسائل مبتكرة ورخيصة لتحميل ومشاهدة الأفلام عبر المواقع الإلكترونية، والرائد في هذا المجال كان موقع اليوتيوب.

فاليوتيوب: موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالتدرج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها[1].

وقد تأسس موقع اليوتيوب في فبراير سنة ٢٠٠٥ بواسطة ثلاثة موظفين سابقين في شركة "باي بال" هم" تشاد هيرلي" و"ستيف تشين" و"جاود كريم"، في مدينة كاليفورنيا، ويستخدم الموقع تقنية الأدوبي فلاش لعرض المقاطع المتحركة، حيث إن محتوى الموقع يتنوع بين مقاطع الأفلام، والتلفزيون، ومقاطع الموسيقى، والفيديو المنتج من قبل الهواة، وغيرها.

ويعد الفيديو المرفوع من قبل جاود كريم بعنوان (أنا في حديقة الحيوان) (بالإنجليزية:Me at the zoo)، يعد أول فيديو يتم رفعه على موقع اليوتيوب، وكان بتاريخ ٢٣ إبريل ٢٠٠٥،وتبلغ مدته ٠:١٩ ثانية، ومنذ ذلك الوقت تم رفع المليارات من الأفلام القصيرة، وشاهدها الملايين من أبناء المعمورة وبكل اللغات، ليصبح الموقع الأكثر مشاهدة على الإنترنت ولتشتريه شركة جوجل عام ٢٠٠٦ وتضمه لها[2].

---

(1) Lange, P. G., Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, 13(1), article 18

(٢) يوتيوب، موقع الموسوعة المفتوحة ويكابيديا، http://ar.wikipedia.org/wiki

وقد أصبح اليوتيوب اليوم موقعاً رئيسياً للفنانين والسياسيين والهواة على حد سواء لبث مقاطع الأفلام الخاصة بترويج أفلامهم أو أغانيهم أو منتجاتهم للعامة ومجاناً، بل تطور اليوتيوب لتستخدمه الجامعات والحكومات لبث برامج التوعية أو الحصص الإلكترونية عبره.

مميزات اليوتيوب التقنية:

يعتبر موقع يوتيوب من أروع ابتكارات مواقع التواصل الاجتماعي، وذلك بسبب مزاياه[1] المتعددة وأهمها:

عام ومجاني : فأنت من خلال هذا الموقع تستطيع تحميل وتنزيل ما تشاء وتحتاج من الأفلام سواء كانت تعليمية أم ترويجية، وكل ذلك مجاناً مقابل التسجيل في الموقع فقط، وعلى أن تلتزم بشروط التحميل كأن لا تحمل أفلاماً لها حقوق نشر خاصة بدون إذن، أو أفلام إباحية.

داعم لتحميل الأفلام: فالموقع يوفر مجاناً خادماً ذا مساحة غير محدودة تستطيع من خلاله تحميل الأفلام من جميع الأنواع (MP4 ,WMV, FLV,AVI ..إلخ) أو الأغاني(MP3) وتحويلها إلى أفلام من نوع فلاش صغيرة الحجم، مما يترك درجة حرية كبيرة لتحميل العديد من الأحداث المباشرة والمسجلة سواء عبر الكاميرا الرقمية أو كمرة الهاتف المحمول.

سهل الاستعمال من قبل العامة: فالموقع سهل الاستعمال بالنسبة لتحميل وتنزيل الأفلام مقارنة بغيره من المواقع ويوفر أدوات داعمة لذلك.

سهل المشاهدة: فمجرد ضغطك على وصلة الفلم، فإنك تستطيع مشاهدة بثه حياً ومباشرة من الموقع، بل تستطيع أن تحتفظ به إن أردت من خلال برنامج موسيقي مثل Real Player .

---

(1)Advantages of Youtube?, Yahoo! UK & Ireland Answers, 2009.

سهل البحث: فالموقع يوفر محرك بحث خاص به، يمكنك من أن تبحث عن عنوان الفلم أو الحدث ومن ثم مشاهدته.

الرقابة: فالموقع يسمح بتحديد من يشاهد الفلم، فأنت تستطيع أن تجعل مشاهدته حصراً على مجموعة خاصة من المشتركين، أو للعامة، وكل ذلك يظهر بمحركات البحث كجوجل.

أداة رائعة للترويج: فأفلام يوتيوب المجانية هي خير وسيلة لترويج أفكارك الخاصة وشرحها للمهتمين من العامة، فهو لا يكلفك شيئاً مثل الحملات الترويجية التقليدية، وبالوقت نفسه يستطيع العالم بأسره مشاهدته مجاناً من خلال الموقع، وهو مناسب للجميع، أفراداً كانوا أم شركات.

ميزة البث المباشر"Live streaming": لا تحتاج بواسطة هذه الميزة أن تنزل الفلم حتى تشاهده، بل بمجرد الضغط على وصلة الفلم ستتمكن من مشاهدته ومن أي جهاز حاسوب أو هاتف محمول إن كان يدعم تقنية بث ذلك النوع من الأفلام، وهي ميزة مكنت العديد من محطات البث والقنوت الإخبارية من عرض برامجها مباشرة عبر اليوتيوب مما اعتبر طفرة في تطور الإعلام وتقنيات البث المباشر.

ملاحظة: اليوتيوب أداة تواصل اجتماعي ممتازة في حالة أردت إيصال رسالة واضحة عن فكرتك أو منتجك أو توجهك السياسي، فتستطيع أن تصور مجموعة من الأفلام القصيرة (يفضل أن لا تتجاوز الخمسة دقائق) باستخدام كاميرا فيديو رقمية منزلية أو حتى كاميرا هاتف محمول، ومن ثم تحمل تلك الأفلام ضمن عنوان جذاب وتوفره إما لمجموعة خاصة من المستخدمين، أو للعامة بحسب الهدف من الفلم. وتذكر أن تحضر ما تريد أن تتحدث به قبل أن تبدأ التصوير، وأن لا ترتبك أثنائه، فبإمكانك الإعادة متى أردت، وأن تكون رسالتك واضحة، مركزة، ومشوقة، وتستطيع أن تستخدم رسوماً توضيحية وبيانات رقمية وتدمجها مع

الفلم، وإن لم تعرف كيف فاستعن بأحد الأصدقاء ممن يملكون الخبرة في هذا المجال، واليوم هم كثر، فمع اليوتيوب صار بإمكانك امتلاك قناتك التلفازية الخاصة تبث منها ما تشاء مجاناً.

لينكدإن Linkedin ومميزاته

مع ظهور عدة مواقع للتواصل الاجتماعي العادية، كان لا بد من ظهور مواقع متخصصة في أنواع مختلفة من ذلك التواصل، فمنها ما أُنشِئَ لغرض التواصل الشخصي والعائلي، ومنها ما أُنْشِئ بغرض التواصل المحترف، ومن أهم مواقع التواصل المحترف وأكثرها شهرة موقع لينكدإن.

فموقع اللينكدإن هو من مواقع التواصل الاجتماعي ذات التخصص بالأعمال "Business Related" وتسهيل تواصل من يعملون بمجالات مختلفة عبر هذا الموقع، فهو للاتصال المحترف "Professional Networking" بين من يعملون في قطاعات مختلفة أو ضمن القطاع نفسه أو ضمن المؤسسة أو الشركة نفسها [1].

وقد تم إنشاء هذا الموقع من قبل "ريد هوفمان" من حجرة الجلوس في بيته، وتم إطلاق هذا الموقع من قبل شركته في عام ٢٠٠٣ للعامة في كاليفورنيا، وقد اشترك في عامه الأول ٤٥٠٠ شخص كونوا شبكة المعارف من المحترفين بمجال الأعمال، وقد تطور الموقع وزاد من خدماته ليصبح من أوائل المواقع للتعارف المحترف، بل من أهم مواقع التوظيف على شبكة الإنترنت، واليوم أصبح عدد المشتركين ببداية شهر ٨ من العام ٢٠١١ ، أصبح يقدر بحوالي ١٢٠ مليون مشترك عبر ٢٠٠ دولة حول العالم [2]، ليصبح أكبر شبكة تعارف للأعمال عبر التاريخ الحديث.

مميزات لينكدإن التقنية:

يعتبر موقع لينكدإن من أكثر مواقع التواصل الاجتماعي احترافية بالاستخدام، وذلك لكونه موجها إلى المحترفين في قطاعات الأعمال، وهو يوفر المزايا [3] المتعددة

---

(١) ابد ٤

(٢) موقع لينكد إن، http://press.linkedin.com/about

(3)Nichols,Kimberly , The 3 Main Advantages of LinkedIn, WSI Internet Marketing Blog, wsimarketingstrategy.com, 19/11/2010

التالية لهم:

خلق هوية محترفة" Professional Identity": فعند الاشتراك بهذا الموقع ستقوم بتسجيل بياناتك الشخصية، والمهنية، كالدراسة، سنوات الخبرة العملية، الشهادات المهنية، وغيرها من الأمور التي ستبرزك كشخص محترف ممكن الاعتماد عليه في عالم الأعمال وتعطيك هوية محترفة تدعمك على الانترنت وتعرف بك، بل بالمعلومات المناسبة قد تبرز كخبير ضمن مجالك هذا.

توفير منصة تطبيقات خاصة "Applications Platform": فالموقع يوفر منصة داعمة، تسمح لك بإضافة تطبيقات داعمة للأعمال ضمن صفحة ملفك الشخصي، مثل قائمة من موقع آمازون لبيع الكتب، أو وصلة موصلة لمدونتك على Wordpress.com حتى تعرض آخر تدويناتك التي حدثت على مدونتك، تعرضها على صفحتك في موقع لينكدإن ولكل المشتركين عبر شبكتك.

المجموعات " Groups": فالموقع يمكنك من إنشاء مجموعة ضمن شبكته من المشتركين، وقد يكون الاشتراك بهذه المجموعة حصراً لأفراد من قطاع خاص أو شركة معينة، أو مفتوحة للجميع، وقد صار اليوم للشركات الكبرى مجموعات خاصة بهم على الموقع، وذلك من أجل تدعيم روابط التواصل ضمن أفراد المؤسسة الواحدة، وقد أثبت ذلك التواصل فوائده العملية.

قوائم الوظائف " Job Listings": حيث يمكن الموقع للمستخدمين البحث عن الشركات التي قد تكون مناسبة لهم للعمل بها، فعند كتابة اسم شركة معينة في مربع البحث، ستظهر الشركة مع معلومات عنها كإحصاءات عن عمل الشركة، وقد تشمل هذه نسبة الإناث إلى الموظفين الذكور ، ونسبة من العناوين الأكثر شيوعاً ومواقعها داخل الشركة، وعنوان مقر الشركة ومكاتبها ، أو قائمة من الموظفين الحاليين والسابقين، وغيرها من المعلومات التي تفيدك في اختيار التقدم لها.

خدمات التوظيف: فيقدم الموقع وسائل لتيسير التقدم بطلبات التوظيف عقب إيجادها عبر قوائم الوظائف على الموقع، فمجرد الضغط على زر التقدم للوظيفة "Apply with LinkedIn"، فإنه سيصبح بإمكانك التقدم لهذه الوظيفة باستخدام ملفك الشخصي على لينكدإن وبيانات العمل الشخصية الخاصة بك، مما يسهل عملية التقدم للوظيفة بدلاً من تعبئة الطلب بأكمله.

الاطلاع: يمكنك الموقع من البقاء على اتصال مع شبكة زملائك الحاليين والقدامى في العمل،وكذلك يبقيك على اطلاع مع ما يجري من أحداث جديدة ضمن مجالك المهني أو صناعتك، بل ويمكنك أيضاً من التعرف على زملاء جدد، مدراء، رجال أعمال، سياسيون، أكاديميون وغيرهم، مما قد يفتح باباً للتعارف وتكوين صداقات مفيدة في مجال التوظيف والتقدم المهني.

التسويق: كذلك هذا الموقع مفيد لتسويق موقع شركتك أو مدونتك الخاصة، وذلك من خلال إرسال رسالة إلى مجموعتك أو إلى معارفك المهتمين من رجال الأعمال وغيرهم، مما قد يخلق فرصاً حقيقية لبيع منتجاتك أو لترويج خبرتك كمحترف أعمال.

التبويب في محركات البحث" Indexing": تستطيع أيضاً أن تضيف صفحة ملفك الشخصي على موقع اللينكدإن إلى عناوين محركات البحث المشهورة كجوجل وياهو، مما يظهر صفحتك ضمن نتائج البحث سواء عن خبراء في مجال معين أو عن منتجك وهكذا.

لموقع اللينكدإن ثلاث خصائص مميزة له:

أولاً: للبقاء على اتصال مع مجالك المهني والعاملين ضمن هذا القطاع، وثانياً: لكي تقوي من سيرتك المهنية وتعزز من تواجدك المهني عبر الإنترنت، وثالثاً: لتجد الإجابات عن تساؤلاتك المهنية من قبل خبراء على الشبكة لم يكن لك لتلتقي بهم إلا عبر هذا الابتكار الرائع.

برامج ومواقع وخدمات دعم التواصل الاجتماعي ومميزاتها

هنالك العديد من برامج ومواقع وخدمات دعم التواصل الاجتماعي المهمة والتي لا بد للمرء اليوم أن يطلع على مميزاتها، وما يمكن أن توفره لتحسن من مجال تواصله الشخصي أو المهني على حد سواء، وسنستعرض سريعاً أهم هذه المواقع ومميزاتها أيضاً.

موقع الموسوعة المفتوحة ويكابيديا:

ويكيبيديا: هو مشروع موسوعة متعددة اللغات مبنية على الإنترنت حرة المحتوى. يساهم فيها أكثر من ٩١,٠٠٠ مساهم نشط يعملون على أكثر من ١٩ مليون مقال في ٢٨٢ لغة؛ ١٥٨،١٩٦ مقال منها باللغة العربية. يجري آلاف الزوار من مختلف أنحاء العالم الكثير من التعديلات، وينشئون الكثير من المقالات الجديدة يومياً.

وقد بدأ هذا المشروع المميز عام ٢٠٠١، وهو تابع لمؤسسة ويكاميديا في الولايات المتحدة، وقد أطلق الموقع باللغة العربية عام ٢٠٠٣، وجذب الموقع أكثر من ٧٧ مليون زائر شهريًا في ٢٠١٠، فالزوار ليسوا بحاجة إلى أي مؤهلات للمشاركة في ويكيبيديا، ولذلك فإن الكثير من المساهمين من مختلف الأعمار والخلفيات الثقافية يحررونها. باستثناءات نادرة؛ وأي شخص يمكنه تعديل الصفحات، بنقر وصلة "عدل هذه الصفحة" في أعلى كل الصفحات. حيث إن أي شخص مرحب بمساهمته المرفقة باستشهادات ومصادر في ويكيبيديا وفقاً لبعض السياسات والإرشادات، النصوص بدون مصادر معرضة للحذف[1].

وتحتوي مؤسسة ويكاميديا على مشاريع شقيقة للموقع تساهم في نشر العلم والثقافة أيضاً، مثل كومنز (مستودع لتخزين وتنزيل الملفات المشتركة)،

---

(١) عن ويكابيديا، موقع الموسوعة المفتوحة، ويكابيديا، http://ar.wikipedia.org/wiki

ويكاموس (القاموس الحر)، ويكي مصدر(مكتبة كتب رقمية حرة)، ويكي كتب (كتب للاطلاع فقط وليس للتحميل)، ويكي اقتباس(للأقوال المأثورة والمشهورة)، ويكي الأخبار (للاطلاع على آخر الأخبار الحرة)، ويكي الجامعة (مصدر التعليم الحر المشاريع المدرسية)، ويكي أنواع(مجلد لأنواع الكائنات الحية)، وميتا ويكي(من أجل تنسيق مشاريع ويكيميديا)[1] .

أما أهم مميزات هذه الموسوعة الحرة، فتتلخص في إمكانية الإضافة والتعديل على هذه الموسوعة إن اتبعت الإجراءات واستطعت استخدام لغة البرمجة البسيطة الخاصة بموقع ويكابيديا، وكذلك إمكانية إضافة الصور والأفلام وحفظها واستخدامها فيما بعد ضمن مضمون الصفحة، مما يسهل من عملية نشر الثقافة والمعلومة عبر الانترنت وتوفيرها للعالم بأسره، كذلك استخدام الموقع للتعريف عن مؤسستك أو حزبك أو بلدك.

ملاحظة: إن كنت لا تعرف لغة البرمجة الخاصة لتعديل أو إنشاء صفحة على الموسوعة، تستطيع أن تضغط زر تعديل صفحة أخرى ونسخ محتوى تلك الصفحة ومن ثم محو الكلمات ما بين أقواس لغة البرمجة وإضافة ما تريد الحديث عنه.

لا بد من الانتباه إلى كون هذه الموسوعة مفتوحة، وقد تكون المعلومات مغلوطة خاصةً في المواضيع الدينية، لذلك لا بد من التأكد من مصدر المعلومة قبل استخدامها، وكذلك القيام لمن استطاع أن يدقق معلومات هذا الموقع وتعديلها في حالة كونها مغلوطة.

---

(١) مشاريع شقيقة، موقع الموسوعة المفتوحة، ويكابيديا، http://ar.wikipedia.org/wiki

برنامج سكايب Skype

برنامج سكايب ببساطة هو: عبارة عن برنامج تجاري تم ابتكاره من قبل كل من المستثمرين السويدي "نيكلاس زينشتروم" والدنماركي "يانوس فريس" مع مجموعة من مطوري البرمجيات، وتم إطلاقه بشكل تجاري عام ٢٠٠٣، حيث يمكن برنامج سكايب مستخدميه من الاتصال صوتياً (هاتفياً) عبر الانترنت بشكل مجاني بالنسبة لمستخدمي هذا البرنامج، وهو يعتمد على أسلوب الند للند "Peer-To-Peer" لتبادل الملفات والمعلومات، ويمكن أيضاً الاتصال من خلاله على هاتف أرضي أو محمول ولكن مقابل رسوم تعتبر أقل من الطرق العادية للاتصال، واليوم وصل عدد مستخدمي هذا البرنامج إلى حوالي ٦٦٣ مليون مشترك في العام ٢٠١١م[1].

ويعتبر هذا البرنامج دليلاً على اقتران تطور وسائل الاتصال بتطور تقنية الحاسوب والإنترنت، ومزايا هذا البرنامج تدعم وتسهل من آليات التواصل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية أو حتى بين المجموعات المستقلة على الانترنت، ومن مزايا[2] هذا البرنامج المتعددة كون تحميله وتثبيته على الجهاز مجاني، وهو سهل الاستعمال، فبمجرد تسجيلك عبر بريدك الإلكتروني مع اسم المستخدم والرقم السري، حتى تبدأ الاتصال بمن تريد من مستخدمين لهذا البرنامج وفي أي بلد عبر الإنترنت أو الهواتف الأرضية والمحمولة ، شرط وجود معدات تتيح الاتصال مثل سماعة رأس للحاسوب أو كاميرا حاسوب للاتصال الفيديو المباشر.

كذلك يعتبر الاتصال عبر هذا البرنامج على الخطوط الأرضية أو المحمولة يعتبر من أرخص وسائل الاتصال مقارنة بغيرها، فأغلى تكلفة لخطة الاتصال الشامل عبر سكايب هي قرابة ١٩ دولار شهرياً، أضف إلى ذلك إمكانية تبادل

---

(١) سكايب، موقع الموسوعة المفتوحة، ويكابيديا، http:// wikipedia.org/wiki

(2)Kaput, Michael, Pros of Skype, eHow.com, 12/6/2011

رسائل الشات أو الملفات أو الصور والفيديو وغيره، بل تستطيع أن تضغط زر المشاركة "Share" حتى تتيح مشاركة ملف أو فلم فيديو معين مع من تريد حتى بدون أن ترسل لهم، كل ذلك ساهم في تعزيز استخدام سكايب كوسيلة رئيسية لاتصال البديل لدى مئات الملايين من المستخدمين حول العالم.

اليوم صار يستخدم برنامج سكايب ليس من قبل الأفراد فقط للتواصل بل من قبل الشركات التجارية كوسيلة للاجتماع عبر الفيديو المباشر "Video conferencing"، ومن قبل المؤسسات التعليمية للتدريس أو الاستفسار عبر الإنترنت، ولكي تستطيع استخدام إمكانيات هذا النظام القصوى فلا بد من معدات وتجهيزات حديثة تدعم التواصل كسماعات الرأس خاصة للحاسوب، وكاميرا فيديو رقمية، وخط انترنت ذو سعة تنزيل عالية، وجهاز حاسوب حديث وغيره، حتى تتمكن من مواصلة الاجتماع عبر سكايب دون انقطاع.

خدمة آر إس إس RSS

طورت خدمة آر إس إس "Really Simple Syndication " من أجل دعم وسائل ومواقع التواصل الاجتماعي كافة، فهي: شبكة من وسائل تغذية المعلومات حيث تستخدم لنشر التحديثات التي تحصل على المواقع الإخبارية أو المدونات الإلكترونية أو صفحات مواقع التواصل الاجتماعي كفيسبوك وتويتر ولينكدإن، وإيصالها للمشتركين بهذه الخدمة سواء مباشرة عبر موقع يدعم هذه الخدمة مثل موقع RSS.com أو بواسطة المواقع والمدونات الإلكترونية المشترك بالأصل فيها والتي تقدمها كخدمة إضافية، ويرجع تاريخ إطلاق هذه الخدمة لعام ١٩٩٩م كتغذية للتحديثات الواقعة عبر موقع نت سكيب وتم تطويرها من قبل " دان ليفي" و"رامنثان جونا"، ولتنتشر هذه الخدمة وتستخدمها مواقع أخرى للتواصل الاجتماعي، حتى صارت المواقع الإلكترونية الرسمية والإخبارية تستخدمها لتسريع نشر أخبارها عبر وسائل الاتصال المختلفة وعلى الإنترنت[١] .

أما أهم مميزات هذه الخدمة فهي: سهولة إضافتها لموقعك أو مدونتك، فوصلتها إما جاهزة موفرة مع الاشتراك بموقع التواصل أو يمكنك برمجتها وإضافتها لبرمجة الموقع حيث إن صيغتها متوفرة على الإنترنت مجاناً، سريعة في تغذيتها للأخبار والتحديثات ونشرها عبر الإنترنت في غضون لحظات، كما يمكن صياغة التغذية بالطريقة والأسلوب الذي ترغب به، سواء كتابة طويلة أم قصيرة مع صور أو بدون صور وهكذا، كما يمكنك أن تتحكم بأسلوب وتوقيت التغذية وهل تريد نشرها للعامة أم لمجموعة محددة من المشتركين المهتمين بالخبر، ونهاية لا يمكن منع وصول التغذية واعتبارها بريداً مزعجاً من قبل البريد الإلكتروني أو مواقع التواصل[٢]، حيث إن كل هذه المميزات تساهم وتسرع من عملية التواصل

---

(١) آر إس إس، موقع الموسوعة المفتوحة، ويكابيديا، http:// wikipedia.org/wiki

(2) RSS Advantages, Free Computer Help - Worldstart.com, 6/11/2006

وتناقل الأخبار والمعلومات ونشر الفكر والوعي والثقافة.

ملاحظة: تستخدم جميع الوسائل السابقة لزيادة حركة المرور على موقعك (Traffic)، فكلما كانت مدونتك أو صفحتك أو بريدك الإلكتروني، مزوداً بوصلات التواصل الاجتماعي وخدمة آر إس إس، الناقلة لمواقعك الأخرى، كلما زادت الحركة على موقعك وزادت نسبة مشاهدة محتواه.

لا يوجد هنالك شك لدى خبراء تقنية الحاسوب والإنترنت، كون مستقبل هذه التقنية يكمن في تطور وسائل التواصل الاجتماعي كافة، خاصة بعد أن ثبت جدوى هذه الوسائل وتقنياتها في جميع مجالات الحياة، الاجتماعية والاقتصادية والسياسية والثقافية، فالمجال ما زال في بدايته بالنسبة لتطور هذه الوسائل، والدليل إقبال الشركات التقنية الكبرى على تطوير وإنشاء مواقعها الخاصة بالتواصل الاجتماعي، وذلك لزيادة حصتها في هذا السوق الصاعد والغني بالفرص، كما فعلت شركة جوجل بإطلاقها جوجل بلس كموقع للتواصل الاجتماعي اشترك به عشرات الملايين من الأشخاص حول العالم إلى اليوم، وغيره من شركات تطور مواقعها من أجل دعم خدمات التواصل الاجتماعي بإضافتها لوصلات تلك المواقع على موقعها وإنشاء صفحات للتواصل خاصة بها.

وفي المستقبل القريب سيصبح التركيز على جعل مواقع التواصل محمولة وتسهيل الوصول لها من أي مكان ومصدر تقني، سواء من الحواسيب أو الهواتف أو أجهزة الآيباد وغيرها، وكل ذلك بنهاية ٢٠١٢، لتصبح جميع مواقع التواصل الاجتماعي داعمة لخدمات الهاتف المحمول.

وستطور تقنيات تلك المواقع لتصبح أكثر واقعية وخدماتية من كونها للتواصل الاجتماعي فقط، أي أنها ستركز على الجانب التعليمي أو الاقتصادي أو السياسي، كموقع لتدوين أسعار الأسهم والسندات أولاً بأول والتداول بواسطتها، أو موقع حكومي للتصريحات الحكومية الرسمية عبر تويتر أو لإنجاز المعاملات عبر الفيسبوك، أو موقع جامعي للتعليم عبر صفوف افتراضية مرئية، أو الصلاة في كنس ومعابد ومساجد افتراضية مباشرة عبر الإنترنت[1].

---

(1) For more on the issue please refer to suster, Mark, Social Networking The Future, TechCrunch.com, 5/12/2010

كما أن المستقبل سيكون للتواصل المباشر المرئي والمسموع أكثر من الشات (المحادثة) والرسائل، خاصة مع انخفاض أسعار خدمات الإنترنت وتقنيات الحاسوب وأجهزته، خاصة مع البدء الفعلي بتنفيذ الإنترنت السريع ٢,٠ وتقنيات ٤ و٥ G من الهاتف المحمول، حتى إن مستقبل مؤتمرات تطوير التواصل سيكون عبر مؤتمرات افتراضية تحدث عبر هذه المواقع وبدعم من تقنياتها المتطورة.

فالأكيد أن هذه هي بداية المسيرة لتطور مواقع ووسائل التواصل الاجتماعي، وأن هذا الابتكار العظيم والمفيد سيكون له مكانة أساسية وإيجابية في حياة المليارات من البشر، إن لم تكن البشرية جمعاء في المستقبل الآتي، فهذه المواقع ما تزال في مرحلة الحبو التقني، وما يزال خبرائها يتعلمون سبل تطويرها، حتى تشب جالبة الخير والتقدم للبشرية جمعاء إن حسن استخدامها.

الفصل الثاني

البعد الاجتماعي للشبكات الاجتماعية

"لقد صار الناس يشعرون براحة حقاً، ليس فقط بتبادلهم لمزيد من المعلومات، وبأنواع مختلفة، ولكن بصراحة أكثر وأكثر مع الآخرين - وتلك القاعدة الاجتماعية هي مجرد شيء قد تطور على مر الزمن"

مارك زوكربيج مؤسس موقع فيس بوك للتواصل، في تصريح له في ٢٠١٠/١/٩

الإنسان مدني بطبعه

منذ بدء الخليقة والإنسان يعيش دوماً ضمن جماعات، فقد سخر الله الأرض وما عليها من موارد لغاية واحدة وهي مساعدة آدم وحواء وذريتهما على إعمار الأرض ضمن مجموعة متعاونة هدفها النهائي عبادة الله عز وجل، فأبونا آدم عليه السلام لم ينزل من الجنة وحيداً بل مع زوجه ومؤنس وحدته أمنا حواء، وهم بدورهم أنشؤوا أول عائلة وأول مجتمع على الأرض، وقد علم الله عز وجل آدمَ الأسماء كلها، وقال المفسرون: إنها أسماء الأشياء والمخلوقات على الأرض، وقيل أيضاً: اللغة التي سيتواصل بها فيما بعد، ولكن الأكيد أنه لابد من طريقة للتواصل من أجل تنسيق التعاون في بناء المجتمع وإعمار الأرض وتطور البشرية.

فمن محاولات التواصل الأولى والرسوم على جدران الكهوف والمغر التي سكنها الإنسان الأول مروراً بإرسال الرسائل عبر الرسل أو الحمام وغيرها، إلى ظهور الهاتف والاتصال اللاسلكي، حتى يومنا هذا في عصر الاتصال والتواصل عبر الانترنت والهاتف المحمول والشبكات الاجتماعية، فإن الهدف طالما بقي واحداً وهو التواصل من أجل التعاون، فالإنسان غير مهيأ أو قادر على العيش لوحده إذا كان الهدف بناءَه لحضارة، فهو بحاجة لكي يتفاعل ويعبر عن شخصه، حتى تتكون شخصيته المستقلة ويجد ذاته ضمن المجتمع الذي يعيش فيه، وكما قال ابن خلدون في مقدمته "إن الإنسان مدني بالطبع"[1]، ويفسر ذلك ابن خلدون بكون الواحد عاجز عن مدافعة الوحوش ومداواة نفسه وعائلته أو بناء القصور والقلاع وبالتالي إعمار الحضارة لوحده فهو بحاجة إلى بقية أفراد المجتمع المدني للقيام بذلك، و من أجل تطور الحضارة، فلا بد من التواصل والاتصال لتبادل المعلومات والعلوم وغيرها.

---

(١) ابن خلدون، الباب الأول: في العمران البشري على الجملة وأصنافه وقسطه من الأرض، مقدمة ابن خلدون، ١٣٧٧م

وقد ارتبط على الدوام نمط حضارة خاصة بمجتمع معين، بطريقة تواصل ذلك المجتمع، بل إن ثقافة ذلك المجتمع نابعة من طريقة اتصالهم وتواصلهم، فمن الكتابة الهيروغليفية والمنقوشة على جدران الأهرامات والمعابد مما أبرز أهميتها في إيصال أخبار الملوك وانتصاراتهم عبر التاريخ، مروراً بعصر الفتوحات الإسلامية والتركيز على العلم والترجمة لإيصال رسالة الإسلام للعالم أجمع، ومن بعده زمن النهضة الصناعية في أوروبا وما رافقها من بدء التركيز على تطوير ذلك التواصل ليصبح برقياً، فمسموعاً عبر الهاتف وخطوطه الأرضية، فمرئياً عبر التلفاز وقنواته، ومع تسارع وتيرة الحياة، كان لا بد من تسارع وتيرة ذلك التواصل ليتواكب معه، فظهر الاتصال اللاسلكي، فالمحمول، ومع دخول عصر التواصل عبر الإنترنت تسارع ذلك التواصل وتطورت ثقافة المجتمع تبعاً له.

وليظهر أخيراً التواصل عبر الشبكات الاجتماعية كتطور طبيعي للحضارة البشرية، ولتظهر ثقافة جديدة مع هذا النوع من التواصل ذو البعد الاجتماعي الخاص وهو ما سنتحدث عنه في هذا الفصل.

نظرية الاتصال:

كما سبق وتحدثنا أن الإنسان بحاجة للتواصل من أجل نقل المعلومات اللازمة لأداء حياته اليومية ومن أجل إعمار الأرض وتطور البشرية، وهذا التواصل عماد نظرية الاتصال"Communication Theory " والقائلة: بأن كلمة اتصال أو تواصل"communicate" قادمة من الكلمة اللاتينية "communicare " والتي تعني حرفياً الاقتراب من العامة، ومع أن المصطلح أطلق بالبدء على تبادل المواد، إلا أنه تطور مع الزمن ليصبح المقصود به تبادل المعلومات[١].

والتواصل: هو بمعنى نقل المعلومة أو بث البيانات الجاهزة من شخص إلى آخر، ونظرية التواصل: هي نظرية حديثة نسبياً وتسعى لتفسير ذلك التواصل بين أفراد المجتمع، وتبيان قواعد وتأثير هذا التواصل على أفراد المجتمع[٢].

لذلك فعندما يتواصل الناس بعضهم مع بعض، فإنهم يتبادلون المعلومات فيما بينهم، وهو الغاية من وراء شبكات التواصل الاجتماعي.

نظرية الشبكات الاجتماعية:

إن مفهوم الشبكات الاجتماعية كان يتحدث في البدء عن مفهوم اجتماعي، ومع تقدم تكنولوجيا الاتصال والتواصل، طبق هذا المفهوم على شبكات التواصل الإلكتروني المنتشرة على الإنترنت، حيث إن مفهوم نظرية الشبكات الاجتماعية"Social Networks theory" من وجهة نظر علم المجتمع هي:

-بناء اجتماعي **"Social Structure"** مكون من أفراد أو جماعات(مؤسسات،

---

(١) المعلومة هي بيانات مجمعة وجاهزة للفهم والتحليل ويمكن من خلالها الوصول إلى نتيجة.

(2) Wikibooks contributors, Communication Theory, Wikibooks, 2004

منظمات) مرتبطة ببعضها من خلال علاقة اعتمادية أو أكثر، مثل علاقة قرابة، صداقة، حب، أو تجمعهم أمور مشتركة أو اهتمامات مشابهة، سواء أكانت تلك الاهتمامات عقدية، اقتصادية، اجتماعية، أم سياسية[1].

ويعود مفهوم تحليل الشبكات الاجتماعية"Social network analysis" إلى كونه عندما يتحدث عن الشبكة الاجتماعية فإنه يمثلها بشبكة الصيد، والمكونة من عقد وخيوط رابطة بين هذه العقد، والمقصود بالعقد هنا الأفراد والخيوط بروابط التواصل، والصورة النهائية لهذه التشابكات أشبه ما يكون بالجهاز العصبي في جسم الإنسان.

ويمكن لهذه الشبكات أن تمثل مجتمعاً من أفراد من العائلة نفسها ، أو لهم ميول سياسي معين، أو مجموعة رياضية وهكذا، فالرابط الأساسي هنا هو وجود علاقة اهتمام مشترك بين الأفراد أو الجماعات أو حتى الدول المشكلة لهذه الشبكة الاجتماعية.

والفرد ضمن هذه الشبكة له قيمة اجتماعية" social value"، وهي قيمة هذا الفرد وما يمثله ككيان في هذه الشبكة وكيف يؤثر ويتأثر بدوره فيها.

وقد طرحت هذه النظرية لأول مرة عام ١٨٠٠م من قبل" ايميل درنكهام وفردناند تونيس " حيث ناقشوا لأول مرة وجود الفرد ككائن مستقل أم كجزء ضمن شبكة المجتمع، وإن المجتمع الحديث يتكون من كتلة عضوية واحدة " Organic solidarity " والتي تنشأ نتيجة العلاقة والروابط بين أفراد مختلفين في التصرف والعادات ولكن تجمعهم شبكة المجتمع الواحد الذي يتعايشون فيه.

ومن ثم أضاف عليها "جورج سيمل" عام ١٩٠٨ مبدأ التفاعل والترابط بين وحدات الشبكة والذي يعتمد على حجمها، وليأتي "مورينو" ويعمل على تحليل

---

(1) Social networking, Wikipedia, http://en.wikipedia.org/wiki/Social_network

تواصل الجماعات الصغيرة ضمن شبكة مجتمع المدارس والجامعات، وطورت بعدها " إليزابيث بوت" نظرية تحليل الشبكات الاجتماعية عام ١٩٥٠ في بريطانيا، ومن ثم ظهرت فرضية الشبكات الاجتماعية ذات التوجه السياسي وتأثيرها في المجتمع الحديث من قبل "شارلي تيلي" عام ١٩٧٠.

وتطورت هذه النظرية بإضافة البعد الرياضي والتكنولوجي لها منذ نهاية سبعينات القرن الماضي، حتى عصر الانترنت وتطبيق هذه النظرية على مواقع التواصل الاجتماعي والتي اعتبرت نوعاً من أنواع التواصل وتبادل المعومات بين الأفراد الذين تربطهم علاقة أو روابط اجتماعية، سياسية، أو عمل ..إلخ، وذلك في بداية التسعينات، ولتنتهي تلك النظرية بشمولها للعالم بأسره كشبكة كبيرة مترابطة من العقد البشرية، والذين يتعايشون ويتواصلون فيما بينهم بفضل حتمية الحياة على هذه الكرة، وهو ما عزز من مفاهيم مترابطة أخرى كمفهوم العولمة الثقافية والاجتماعية[1].

---

(١) ابد ٤.

العالم قرية إلكترونية صغيرة

إن الحديث عن نظريات الاتصال والشبكات الاجتماعية، والواصفة للمجتمع على أنه كيان متشابك مكون من عقد بشرية ترتبط فيما بينها بعلاقات بشرية تفاعلية، تتبادل المعلومات فيما بينها، وأن من منطلق هذا الوصف يمكن الوصول إلى نتيجة: أنه وبتوفر تكنولوجيا الإنترنت والاتصال المحمول، وبوجود مواقع التواصل الاجتماعي فإن العالم بأسره يمكن وصفه بشبكة تواصل كبيرة تتبادل المعلومات والأفكار والسلع فيما بينها، ويعزز هذا الوصف من مفهوم العولمة" Globalization" أو الكوكبة، والذي يصب في المفهوم الفكري الذي يضفي الطابع العالمي أو الدولي أو الكوني على النشاط البشري.

والمقصود بالعولمة بحسب تعريف منظمة الأسكوا هو في سياقه الاقتصادي، فإنه سيشير إلى تقليل وإزالة الحدود بين الدول بهدف تسهيل تدفق السلع ورؤوس الأموال والخدمات والعمالة وانتقالها بين الدول[1] ، لقد استخدم علماء الاقتصاد مصطلح "العولمة" منذ ثمانينيات القرن العشرين مع أنه كان مستخدمًا في العلوم الاجتماعية في ستينيات القرن العشرين. ومع ذلك، فإن مبادئ وأفكار العولمة لم تنتشر حتى النصف الثاني من ثمانينيات وتسعينيات القرن العشرين.

ويمكن وصف العولمة أيضًا بأنها عملية يتم من خلالها تعزيز الترابط بين شعوب العالم في إطار مجتمع واحد لكي تتضافر جهودهم معًا نحو الأفضل، ولكن هل تحقق ذلك أم لا وهو الصراع بين مؤيدي ورافضي العولمة، فليس هذا المهم هنا، إلا أن مواقع التواصل الاجتماعي وبقية أدوات الشبكات الاجتماعية تعزز من مفهوم العولمة في جانبها الثقافي بشكل رئيسي والجوانب الاقتصادية والسياسية بدرجات أقل، مما يوجب علينا فهم دور هذه المواقع في تعزيز العولمة الثقافية.

---

(١) المومني، محمد، واقع ومستقبل الإقتصاديات الإسلامية في ظل العولمة، ايسيسكو، ٢٠٠٦

مفهوم العولمة الثقافية:

إن العولمة الثقافية[1] تعني تعميم أو توحيد مجموع السمات الروحية والمادية والفكرية والعاطفية التي تميز مجتمعاً بعينه أو فئة اجتماعية بعينها، وصهر الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم والتقاليد والمعتقدات في بوتقة عالمية واحدة ذو وجهة نظر ذات طابع غربي كون الغرب هو الطرف الأقوى حالياً في العلاقة بين الأمم.

وقد يعتقد أن لهذه الثقافة الغربية أثراً سيئاً على ثقافتنا الشرقية الإسلامية، ولكن الأكيد هنا هو أن الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الإلكتروني سرعت من عملية العولمة الثقافية والفكرية، وقاربت من مسافات التواصل، وقربت الحضارات من بعضها، لتجعل العالم قرية إلكترونية صغيرة، يعرف الجميع أخبار بعضه البعض من خلال الفيس بوك والتويتر وغيره.

الآثار الاجتماعية لمواقع التواصل الاجتماعي الإلكترونية:

لقد أضاف الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي إلى حياة الملايين من البشر الكثير، فقد سهل من التواصل فيما بينهم وبين عائلاتهم وأصدقائهم، وكذلك فتح آفاقاً جديدة لتشكل شخصياتهم وعاداتهم الاجتماعية حول ثقافة الشبكات الاجتماعية والتواصل عبر الإنترنت، لذلك كان لهذه الثقافة تأثيرات إيجابية كانت أم سلبية على طبائعهم وثقافاتهم، وسواء أرادوا حدوث ذلك الأثر أم لا، إلا أن مجرد انضمامهم لموقع التواصل فإنهم ينضمون ضمنياً إلى ثقافة الموقع أو ثقافة ذلك المجتمع الالكتروني الذي صاروا جزءاً وعقدة من عقد الشبكة الاجتماعية،

---

(١) الرفاغي ،عبد الهادي، ووليد عامر، وسنان ديب، العولمة وبعض الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية-سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (٢٧) العدد (١)٢٠٠٥.

وسنقوم في هذا القسم ببيان أهم الآثار الاجتماعية الكامنة في الانضمام لمثل هذه المواقع على حياة الناس وخاصة في منطقتنا العربية.

الآثار الاجتماعية الإيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي:

بلا أدنى شك أن تكنولوجيا الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الإلكترونية، أضفت بعداً إيجابياً جديداً على حياة الملايين من البشر، بل قد يعزي البعض لها فضل تغيير حياة البشرية للأفضل، من إحداثها لتغييرات ثقافية واجتماعية وسياسية واقتصادية في حياة مجتمعات بأكملها، ومن أهم الآثار الإيجابية الاجتماعية لها هي:

١- نافذة حرية مطلة على العالم؛ لقد وجد الملايين من أبناء الشعوب الأجنبية والعربية بشكل خاص، في الشبكات الاجتماعية نافذة حرة لهم للاطلاع على أفكار وثقافات العالم بأسره، فقد وفرت هذه المواقع مخرجاً للملايين من أبناء الطبقات الوسطى والفقيرة لكي يتواصلوا مع أمثالهم حول العالم ومجاناً دون الحاجة للسفر، كما وفرت متنفساً للملايين من نساء وشبان العالم الثالث وخاصة في دولنا العربية للهروب من الواقع المحبط والقمع الاجتماعي وقيود العادات والتقاليد.

٢-فرصة لتعزيز الذات؛ فمن لا يملك فرصة لخلق كيان مستقل في المجتمع يعبر به عن ذاته، خاصة في مجتمعاتنا العربية حيث الشاب والشابة يقبعون في ظل الأهل ويتبعونهم في تصرفاتهم وعاداتهم وثقافتهم، فإنه عند التسجيل بمواقع التواصل الاجتماعي وتعبئة البيانات الشخصية، يصبح لك كيان مستقل وعلى صعيد عالمي، ويبدأ الشاب أو الفتاة بالشعور بذاته الافتراضية تكبر وتتطور مع تفاعلهم مع الغير وتواصلهم مع مختلف الحضارات والثقافات الأخرى، فتتوسع آفاقهم ومداركهم أكثر مما لو بقوا رهائن محصورة في محيط العائلة والعشيرة.

٣-أكثر انفتاحاً على الآخر؛ إن التواصل مع الغير، سواء أكان ذلك الغير مختلف

عنك في الدين والعقيدة والثقافة والعادات والتقاليد واللون والمظهر والميول، ومع انخراطك ضمن ثقافة الانفتاح على الغير والتي تتمتع بها معظم مواقع التواصل فإنك ستتعرف على أشخاص جدد، خاصة كون مواقع التواصل هذه توفر خاصية إضافة الأصدقاء وإرسال الرسائل الودية للدعوة إلى تلك المجموعة أو ذلك الموقع، حيث إنك بمجرد إرسال دعوة صداقة وقبول تلك الدعوة من الشخص الآخر، فإنك قد اكتسبت صديقاً ذا هوية مختلفة عنك وقد يكون بالغرفة التي بجانبك أو على بعد آلاف الأميال في قارة أخرى. .

وقد يرى البعض في خاصية الانفتاح على ثقافة الغير وتقبله كصديق سلبية، خاصة إن كانت ثقافته مغايرة ومخالفة لتوجه ثقافتنا العربية والإسلامية العام، ولكنني أرى أنها إيجابية، بدليل ما كان لها من تأثير في توحيد قلوب الملايين من الشباب العربي، رجالاً ونساء، شيباً وشباباً، مسلمين ومسيحيين، على قلب الإصلاح والتغيير الواحد، كما أن هذا الانفتاح قد يقضي على الفوارق الاجتماعية والطبقية والعرقية والعقائدية بين شعوبنا العربية، وهو كفيل بجسر هوة الاختلاف والفتنة الطائفية في مجتمعاتنا، فالتمركز حول قضايا رياضية كانت أم سياسية أم ترفيهية، كفيل بإذابة هذه الفوارق.

وهو ما لمسته شخصياً في بطولة العالم للألعاب الإلكترونية - تصفيات الأردن "WCG" والتي أقيمت في شهر أكتوبر من العام ٢٠١١ في عمان، والتي شاركت بها مع فريق من مختلف الأديان والطوائف، جمعتنا مجموعة الألعاب على الفيسبوك، وشاركنا مع المئات من مختلف الأعمار والفئات والبلدان، وقد ذابت الفروق وتكلم الجميع لغة واحدة وهي لغة حب المنافسة بمختلف فئات الألعاب الالكترونية، وكذلك الأمر بالنسبة لملايين المستخدمين لمواقع التواصل والذين يتكلمون جميعهم لغة واحدة وهي لغة حب التواصل عبر الشبكات الاجتماعية.

حيث بينت دراسة أجراها مركز بيو للأبحاث؛ أن مستخدمي الفيسبوك أكثر

ثقة ولديهم أصدقاء مقربون أكثر من نظرائهم العاديون، كما أن درجة انخراطهم في الحياة السياسية أعلى، وهم يتمتعون بحياة اجتماعية صحية وهم أكثر ثقة بأنفسهم من غيرهم.

واستطلع الباحثون آراء ٢٢٥٥ شخصاً بالغاً، وكشفت أن من يدخلون مواقع التواصل عدة مرات في اليوم أكثر ميلاً للوثوق بالناس بنسبة ٤٣٪ من مستخدمي الانترنت، وأكثر بنسبة ٣٠٠٪ ممن لا يستخدمون الانترنت[1].

٤-منبر للرأي والرأي الآخر؛ إن من أهم خصائص مواقع التواصل الاجتماعية سهولة التعديل على صفحاتها، وكذلك حرية إضافة المحتوى الذي يعبر عن فكرك الخاص، وبالتالي حرية التعبير عن رأيك وفكرك ومعتقداتك، والتي قد تتعارض مع الغير، فالسجال مفتوح أمام حرية التعبير ، والغلبة لمن له الحجة الأقوى، فلا تعتيم على الآراء، مما جعل مواقع التواصل أداة قوية للتعبير عن الميول والتوجهات الشخصية تجاه قضايا الأمة المصيرية.

٥-التقليل من صراع الحضارات؛ فقد تعزز مواقع التواصل الاجتماعي من ظاهرة العولمة الثقافية، ولكنها في الآن ذاته تعمل على جسر الهوة الثقافية والحضارية، وذلك من خلال ثقافة التواصل المشتركة بين مستعملي تلك المواقع، وكذلك تبيان وتوضيح الهموم العزبية للغرب بدون زيف الإعلام ونفاق السياسة، وكذلك إيصال مخاوف الغرب النابعة من جهله بحقيقة الثقافة العربية والإسلامية، مما يفضي بالنهاية إلى تقارب فكري على صعيد الأشخاص فالجماعات والدول.

٦-تزيد من تقارب العائلة الواحدة؛ فاليوم ومع تطور تكنولوجيا التواصل، فإنه أصبح أيسر على العائلات متابعة أخبار بعضهم البعض عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنها أرخص من نظيراتها الأخرى من وسائل الاتصال المختلفة، ولذلك فقد أصبحت العديد من العائلات العربية تطمئن على أحوال

---

(١)المصدر: مستخدمي الفيسبوك أكثر ثقة، www.taamolat.com/2011/06/blog-post_18.html

أبنائها أو أقربائهم عبر التواصل من خلال الفيسبوك أو بالتحدث المرئي عبر سكايب وغيره.

٧-تقدم فرصة رائعة لإعادة روابط الصداقة القديمة؛ حيث بإمكانك من خلال مواقع التواصل أن تبحث عن أصدقاء الدراسة أو العمل ممن اختفت أخبارهم بسبب تباعد المسافات أو مشاغل الحياة، ومن ثم إرسال طلب مصادقة أو إرسال رسالة مرئية أو صوتية لإعادة روابط الصداقة، وقد ساعدت هذه المواقع في بعض الحالات عائلات فقدت أبناءها إما بسبب التبني أو الاختطاف أو الهجرة القسرية، فيتم العثور على الأبناء، والتم شمل العائلة بسبب عثورهم على صورهم بعدما كبروا على الفيسبوك.

الآثار الاجتماعية السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي:

كما يوجد آثار اجتماعية إيجابية لمواقع التواصل الاجتماعي فإنه يوجد لها جانبها السلبي أيضاً، فهي سلاح ذو حدين، يصلح بيد مستخدمه، وسبب ذلك الاستخدام ويفسد بسببه أيضاً، ومن تلك الآثار السلبية:

١-يقلل من مهارات التفاعل الشخصي؛ فمع سهولة التواصل عبر موقع الفيسبوك أو لينكدان وغيره وفي مختلف الأوقات، فإن ذلك سيقلل مع الزمن التفاعل على الصعيد الشخصي للأفراد والجماعات المستخدمة للفيسبوك، وكما هو معروف فإن مهارات التواصل الشخصي تختلف عن مهارات التواصل الإلكتروني، ففي الحياة الطبيعية لا تستطيع أن تغلق محادثة شخص فوراً وأن تلغيه من دائرة تواصلك بكبسة زر!

٢-إضاعة الوقت: مواقع التواصل مع خدماتها الترفيهية التي توفرها للمشتركين، قد تكون جذابة جداً لدرجة تنسى معها الوقت، وهو ما أثبتته العديد من الدراسات الاجتماعية، ومنها دراسة "المواقع الاجتماعية وتأثيرها على

المجتمع السعودي"[1] ، والتي أدرجت أن ٦٢٪ من مستخدمي الفيسبوك من الرجال و٣٨٪ من الإناث، فهناك ١٦٪ من طالبات الجامعة يقضين أكثر من ثلاث ساعات في تصفح الفيس بوك فقط لقضاء وقت الفراغ، فإذا ما جمعنا هذه الساعات على مدار العام لوجدناها تعادل وقتاً كبيراً لو وُظِف بشكل سليم؛ لحقق فائدة، مع العلم أن المعدل الطبيعي هو من ساعة إلى ساعتين في اليوم فقط، وذلك للتواصل عبر جميع المواقع وليس عبر موقع واحد.

٣-الإدمان على مواقع التواصل: إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي خاصة من قبل ربات البيوت والمتقاعدين، يجعله -بسبب الفراغ- أحد النشاطات الرئيسية في حياة الفرد اليومية، وهو ما يجعل ترك هذا النشاط أو استبداله بالرياضة أو القراءة أو التنزه أمراً صعباً للغاية، خاصة وأن مواقع التواصل الاجتماعي تعد مثالية من ناحية الترفيه لملء وقت الفراغ الطويل، وهو ما تحدثت عنه الدراسة السعودية، فقد أدمن الكثير من عينة الدراسة على الفيسبوك ولا يستطيعون الاستغناء عنه إن أرادوا ذلك. وقد أجابت ما يقارب ٥٦٪ من أفراد العينة بأنهم يواجهون صعوبة في ترك الفيس بوك مقابل ٤٤٪، والبديل هو التخفيف التدريجي للموقع وليس المطلوب تركه كلياً.

٤-قلة استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير الترفيه من قبل مجتمعاتنا العربية؛ فللأسف إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لغير أغراض الترفيه كالتعليم والبحث عن عمل و التجارة الالكترونية، في الوطن العربي، أقل من المجتمعات الغربية في أمريكا ودول أوروبا بشكل كبير، والسبب هو أن المفهوم العام لدى المشتركين العرب في هذه المواقع، هو أنها للتواصل مع الأهل والأصدقاء

---

(١) دخيل، بنان، ومشاعل البشر، المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، البحث كمشروع لمادة اتصال البيانات والشبكات، جامعة الأمير سلطان، كلية البنات ، قسم علوم الحاسب والمعلومات، ٢٠٠٩.

أو للترفيه فقط، غاضين الطرف عن فوائدها الجمة في التواصل على كافة الأصعدة والمجالات.

وبحسب الدراسة السعودية نفسها فإن ٣٦٪ من مجتمع الدراسة يشتركون في مواقع التواصل الاجتماعية للتسلية فقط، و٣١٪ للتواصل مع الأهل والأصدقاء، و١٨٪ لتكوين صداقات جديدة، و١٠٪ فقط لأسباب تخص العمل والدراسة، و٥٪ لشهرة الموقع ومواكبة العصر، مما يدل على ضرورة توعية الناس بأهمية الشبكات الاجتماعية كقناة لتعريف العالم بهم على صعيد مهني ، أو وسيلة للعثور على فرص مهنية، أو لترويج سلعهم وشركاتهم وهكذا.

٥-ضياع الهوية الثقافية العربية واستبدالها بالهوية العالمية لمواقع التواصل، فالعولمة الثقافية هي من الآثار السلبية لمواقع التواصل الاجتماعي بنظر الكثيرين، لثقافة مواقع التواصل الاجتماعي والمستمدة أصلاً من ثقافة منشئيها وهي الثقافة الغربية الطاغية حالياً في العالم وفق مبدأ طغيان ثقافة الأمة السائدة والمزدهرة في العالم، وتبعية ثقافة الشباب العربي المنقاد لها، كل ذلك ساهم بشكل رئيسي عبر مواقع التواصل إلى الضياع التدريجي للهوية الثقافية العربية، وهو بارز بشكل واضح إذا نظرنا إلى لغة التواصل المستخدمة بين الشباب العربي، لنجد أن اللغة الإنجليزية هي السائدة أو لغة جديدة مبتكرة وهي "العربيزي" نسبة لكونها لغة هجينة ما بين العربية والإنجليزي، كتلك المستخدمة في رسائل الموبايل من قبل، فمثلاً أصبحت كلمة "محمد" تكتب " mo7amad" وكلمة أخبار تكتب "a5bar" وهكذا، حيث إن المستقبل يهدد اندثار الثقافة العربية إلا إذا زاد إنشاء مواقع التواصل العربية أو تلك المتحدثة باللغة العربية .

٦-انعدام الخصوصية؛ تواجه أغلبية المواقع الاجتماعية مشكلة انعدام الخصوصية مما تتسبب بالكثير من الأضرار المعنوية والنفسية على الشباب وقد تصل في بعض الأحيان لأضرار مادية، فملف المستخدم على هذه الشبكة يحتوي على جميع معلوماته الشخصية إضافةً إلى ما يبثه من همومٍ، ومشاكل التي قد تصل

بسهولة إلى يد أشخاص يستغلونها بغرض الإساءة والتشهير، ووجدت الدراسة السعودية أيضاً أن ٣٦٪ من العينة ينزعجون من الإعلانات الشخصية على صفحاتهم و٣٦٪ من انعدام الخصوصية، أما ٢٧٪ فقد انزعجت من عدم وجود قوانين أو رقابة تعاقب من يسيء في استخدام المعلومات على الموقع.

٧-سهولة المراقبة عبر الموقع؛ فالموقع يوفر فرصة لأي جهة تريد معرفة تفاصيل حياتك الشخصية، سواء أكانت شركة تسويق تبحث عن مستهلكين لمنتجاتها، أو متحرش يبحث عن من يسيء له، أو جهات رقابية رسمية كالمخابرات تبحث عن معلومات عن مشتبهين، وقد عزى البعض لسهولة الحصول على البيانات الشخصية عبر مواقع التواصل أنها سهلت من مهمة المخابرات الغربية لمعرفة كل ما تستطيع معرفته عن الملايين من أبناء المنطقة العربية وبأدق التفاصيل، فهم يبحثون في الصور والأسماء وعناوين سكنك وعناوين من تعرفهم، مما يوفر فرصة لاختراق مجتمعاتنا.

والبعض في الغرب ناقش أن هذه المواقع تعزز من فرضية الأخ الكبير " Big Brother" والتي تقول: إن المجتمع مراقب من الحكومة دوماً وهي طالما تنتهك حقوقه القانونية الشخصية بهذه المراقبة كالتصنت أو متابعته بكاميرات السير وأخيراً متابعته على الفيس بوك، ولذلك لا بد من وضع قوانين جديدة تشمل حق الخصوصية الشخصية عبر مواقع التواصل وهو ما لم يحدث بعد في الغرب أو في وطننا العربي.

٨-الصداقات قد تكون مبالغاً بها أو طاغية في بعض الأحيان؛ فجميع الأشخاص الذين تعرفهم عبر مواقع التواصل، سواء أكانوا من العائلة أو أشخاص جدد، تضيفهم كأصدقاء وهو لقب غير دقيق؛ لأن الصداقة تتشكل مع الزمن وليس فوراً، ففيها نوع من النفاق، كذلك فإن وجود الملايين من الأشخاص الذين لهم الاهتمامات نفسها والذين يمكن أن تضيفهم قد يكون طاغياً، ولن يترك

لك الكثير من الوقت للرد والتواصل إذا أضفت المئات من الناس كأصدقاء، وهذه إحدى المشاكل الاجتماعية التي يواجها العديد من مستخدميها، وقد يكون هنالك أناس لا ترغب بهم ولكنك مضطر أن تقبل صداقتهم إذا وجدوك عبر الموقع، مما يشكل إحراجاً كبيراً للبعض[1].

٩-الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي يسبب العديد من المشاكل الأسرية في المجتمعات الإسلامية؛ فخصوصية المجتمع الإسلامي بسبب ثقافته وتراثه الإسلامي، أو بسبب العادات والتقاليد القبلية فيه، يختلف عن نظيره الغربي، فكيف إذا علمنا أن الاستخدام السلبي لمواقع التواصل الاجتماعي ، كاستخدامه للتعرف على الجنس الآخر خارج إطار الزوجية، أو لممارسة الفاحشة، أو لمشاهدة المواقع الإباحية، قد ساهم في تدمير حوالي ٢٥٪ من العلاقات في الغرب المنفتح، فكيف إذا حدث ذلك في مجتمعاتنا المحافظة وخاصة أن الدراسات وجدت أن السبب الرئيسي في ذلك الاستخدام السيئ كان ورائه الملل والفراغ، فانعدام المساهمات المجتمعية والتضييق على الشباب وقلة البنية التحتية للترفيه ، والبطالة، تركت الملايين من الشباب ، رجالاً ونساء بلا هدف في الحياة سوى التسلية عبر مواقع التواصل، والتي تعتبر النافذة الوحيدة الرخيصة نسبياً للترفيه.

فبحسب دراسة سعودية بعنوان "الاستخدام السلبي للانترنت سبب رئيسي في ارتفاع نسبة الطلاق بين الشباب في المملكة" أجرتها الأميرة الدكتورة الجوهرة بنت فهد آل سعود، أجريت عام ٢٠٠٩ وشملت عينة من المطلقين، حيث بلغ عدد المطلقين (الذكور) ١٠١ أي: بنسبة ٦٥.٪ من المبحوثين بينما عدد المطلقات الإناث ٥٤ أي بنسبة ٣٤،٨٪ كما بلغ متوسط عمر المبحوثين في العينة من الذكور المطلقين ٣١ سنة معظمهم من المتعلمين ممن أكملوا دراستهم الثانوية والجامعية.

حيث أشارت نتائج الدراسة المثيرة إلى أن ٥٧،٤٪ من عينة الذكور (الأزواج

---

(1) Findlay, Lorna H, Facebook Advantage and Disadvantages, EzineArticles.com, 2010

المطلقون) و٦٣٪ من عينة الإناث (الزوجات المطلقات) كان ارتيادهم لغرف الدردشة السبب الرئيس في حدوث النزاع الأسري الذي أدى إلى الطلاق ، تلاها المواقع الإباحية بالنسبة للأزواج المطلقين حيث بلغت نسبتهم ٢٩،٧٪ في حين أن ارتياد المنتديات كانت سبباً في حدوث الطلاق في ٢٪ من عينة المطلقين ، و٣٧٪ من عينة المطلقات.

كما أفاد ٤٦،٥٪ من العينة أن سبب ارتيادهم لهذه المواقع إنما يرجع إلى ضعف الوازع الديني ، في حين أفاد ٢٠٪ من أفراد العينة أن السبب الرئيس لارتيادهم هذه المواقع يرجع إلى الملل من الحياة الزوجية . تلاها ١٦،١٪ من العينة كان غياب الزوج والزوجة لفترات طويلة خارج المنزل سبباً لارتيادهم للمواقع المعنية بينما أفاد ٩،٧٪ من العينة أن الرغبة في التغيير كانت سبباً لذلك ، ثم نسبة ٢،٥٪ ، ٢،٦ ٪ بسبب صعوبة التفاهم مع الطرف الآخر ، وفتور العاطفة على الترتيب[1].

وبحسب مسح أجراه البحث عن الزواج، خلال ٢٠٠٩ عبر استمارة وزعت على المأذونين الشرعيين في السعودية، كشف أن المواقع الالكترونية وموقع «فيسبوك» الاجتماعي مسؤول بشكل مباشر عن ارتفاع نسبة الطلاق بحوالي ٢٠ ٪ من حالات الطلاق، والتي تحدث بسبب اكتشاف خيانة أحد الزوجين للآخر عن طريق رسائل المغازلة والصور الشخصية الموجودة على صفحته الخاصة على الموقع[2].

كما كشفت إحصائية صادرة عن جهاز التعبئة والإحصاء في مصر، أن ٤٥ ألف حالة طلاق من أصل ٧٥ ألف حدثت بين عامي ٢٠٠٦-٢٠٠٧، كانت بسبب الانترنت حيث ينشغل أحد الزوجين عن الآخر ويصاحب الانترنت إضافة إلى تعدد حالات الخيانة الزوجية من خلال شبكة الانترنت.

وقد أكدت دراسة قامت بها الدكتورة زينب حسن أستاذ علم الاجتماع بجامعة

---

(١) (المصدر: http://knol.google.com).

(٢) (المصدر: http://www.nationalkuwait.com/vb/showthread.php?t=81224).

عين شمس أن ٦٨٪ من حالات الطلاق نتجت بسبب تفضيل أحد الزوجين للكمبيوتر على زوجه أو زوجته، كما أن ما يقرب من ٥٦٪ ممن شملتهم الدراسة انشغلوا بمشاهدة مواقع إباحية عن زوجاتهم(١).

لذلك فإن الأمر يتطلب دراسات اجتماعية عميقة تخرج بنتائج حقيقية وتوصيات تنفذ من قبل الجهات المعنية، تتضمن إنشاء مراكز للترفيه أو مواقع دردشات محافظة، وإرشاد أهل التقوى والعلماء في الخطب ، أو تقليل البطالة، أو تشجيع الشباب على الزواج وتكوين الأسر، وغيره مما يصعب تنفيذه في الوقت الحالي ولكنه ليس مستحيلاً إن توافرت الإرادة والعزيمة والإمكانيات اللازمة.

وسنتناول موضوع الوقاية وما يمكن فعله من قبل الأفراد أو ما يقدمه الدين الإسلامي الحنيف، للحد من هذه الظاهرة السلبية بشكل أكبر في فصل البعد الديني من هذا الكتاب.

---

(١) (المصدر: http://www.libvoice.net/articles/view/thread/id/24096).

السمعة الإلكترونية على مواقع التواصل الاجتماعي

لقد غير تبادل المعلومات والصور والأفلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي من طريقة تعاطينا مع أنفسنا ومع الآخرين، فالعديد من المفاهيم الاجتماعية قد تغيرت مع تغير طريقة تواصلنا وانتقالها من شخصية إلى إلكترونية ، وسنناقش في هذا القسم عدداً من المفاهيم الاجتماعية التي تغيرت، خاصة تلك التي تأثر على سمعتنا كأفراد يتواصلون عبر هذه الشبكات الاجتماعية، وكيف أن هذا التواصل سيؤثر نهاية على حياتنا اليومية الواقعية وليس فقط الافتراضية.

سمعتنا الإلكترونية:

إن سمعة المرء هي أغلى ما يملكه، فكم منا يحافظ على سمعته بالغالي والنفيس من أن يشوبها شائبة، والمرء يحب دوما أن تبقى سمعته عطرة بين الناس، وأن يكون جيداً بأعينهم،ولذلك فهو يراقب تصرفاته ويلتزم بقوانين المجتمع والدين لكي تبقى سمعته بعيدة عن الشبهات.

والسمعة بمفهومها العام تعرف بأنها تصور المجتمع عنك وفق مرتبتك ومستوى معيشتك وتعليمك وثقافتك ضمن هذا المجتمع، والمهم تصور المجتمع عنك وليس تصورك أنت عن نفسك، لأن المجتمع هو من يطلق حكمه عليك، وفي الإسلام يضاف إلى نظرة المجتمع أيضاً نظرة الله لك، هل أنت عاص أم مطيع، في السر وفي العلن، ومع مجيء التكنولوجيا وتطور التواصل بين الناس صار التعامل عبر مواقع التواصل والبريد الإلكتروني هو سمة العصر، لذلك فإن مفهوم السمعة امتد ليشمل العالم الافتراضي والناس المتشابكون معك عبر المواقع، ليضاف إليهم الناس الذين تتعامل معهم على صعيد شخصي سواء في البيت أو العمل، وليتطور مفهوم السمعة الشخصية إلى السمعة الإلكترونية .

وتعرف السمعة الإلكترونية "Cyber Reputation"[1] بأنها: مفهوم وتصور الناس عنك ولكن عبر وسائل الاتصال الإلكترونية، سواء كان ذلك التواصل عبر البريد الإلكتروني ومواقع الشات (المحادثة)، أو عبر الإنترنت ومواقعه أو عبر الموبايل وتطبيقاته أو عبر مواقع الشبكات الإلكترونية.

والسمعة الإلكترونية أو الافتراضية، هي مهمة للمرء مثل سمعته في الحياة العادية، وذلك لأن العديد من الأشخاص العاديين الذين تتعامل معهم في حياتك اليومية، كأفراد عائلتك أو زملائك في الدراسة أو العمل، أي أنه في النهاية وإن كان التواصل إلكترونياً إلا أنه من الحتمي أن تتقابل معهم وتتفاعل على صعيد شخصي أو يومي، ولذلك فإن هذا التداخل بين الافتراض والواقع، بين الإلكتروني والحقيقي، يجعل من شأن الحفاظ على سمعتنا الالكترونية من الأهمية، شأنه شأن الحفاظ على سمعتنا الشخصية الحقيقية من الضرر.

مفهوم المقبول أو المألوف لدى المجتمع:

لكي نحافظ على سمعتنا، حقيقية كانت أم إلكترونية، فإنه يجب أن تنضبط منظومة قيمنا وعقيدتنا وثقافتنا وتصرفاتنا مع منظومة المجتمع، أي أن تندرج تصرفاتنا وتواصلنا ضمن المقبول أو المألوف " Norm" في المجتمع، وهو ما يعتبره العامة تصرفاً أو تواصلاً مقبولاً ضمن عقيدة أو ثقافة أو تقاليد ذلك المجتمع، فكل تصرف يقع من شخص خارج تلك المنظومة المقبولة ، يُعَدُّ خروجاً عن المألوف أو المقبول، ويندرج ذلك أيضاً ضمن الخروج عن المفاهيم الضابطة للمجتمع.

فمن أجل ضبط تصرفات المجتمع وتواصل فئاته المختلفة بعضها مع بعض، فإنه يجب أن تكون هنالك منظومة من الثقافة أو العادات والتقاليد أو الضوابط

---

(1)Solove, Daniel J., The Future of Reputation, Yale University Press, London-England, 2007.

النابعة من ديانة سماوية أو قانون وضعي، لكي ينضبط تصرف الناس وتستمر الحياة بأدنى درجات التنازع والاقتتال، ولذلك نزلت الديانات السماوية الثلاث وآخرها الإسلام، لكي تضع منهجاً جلياً يضبط تصرفات الناس ضمن المقبول لكي تزدهر الحياة ويقل النزاع والظلم والبغضاء بين الناس، ومن يخالف هذه المنظومة من الضوابط أو القوانين سواء كانت سماوية أم وضعية، فإنه سيشوه سمعته في نظر المجتمع، ويصبح شخصاً سيئاً أو وضيعاً أو بخيلاً وهكذا، وقد تصبح الصفة دائمة تلازم الشخص مدى حياته، ولذلك فإن الناس يراعون أن تكون تصرفاتهم ضمن المقبول لدى المجتمع، حتى يحافظوا على سمعتهم.

وكذلك الأمر بالنسبة للسمعة الإلكترونية، فمع تطور التواصل والتفاعل مع الآخر عبر مواقع التواصل أو غيره، فإن مفهوم المقبول واحد لدى المجتمع، سواء كان ذلك المجتمع حقيقياً أم إلكترونياً، فالقوانين الوضعية والإلهية والعادات والتقاليد ما تزال تحكم المجتمعين، ولذلك فإن أي تصرف أو تواصل إلكتروني يقع خارج تلك المنظومة المقبولة لدى المجتمع، يعرضك للحكم من قبل الناس المتواصلين معك على شبكتك، وحتى الغرباء عنك من الناس ضمن هذه الشبكة أو المجتمع سيأخذون تصوراً دائماً عنك ضمن هذه التصرفات الإلكترونية، ويأتي ذلك التصور من خلال تواصلهم معك، فهل أنت متواصل جيد لبق ذو أخلاق ومفاهيم مشتركة عن المجتمع أم أنت فظ، بذيء سيئ الأخلاق وتبحث عن الرذيلة وهكذا.

وحتى إن لم تكن تصرفات الشخص في الحياة الحقيقية تماثل تصرفه على الشبكة الإلكترونية، إلا أن الناس سيحكمون عنه من خلال تصورهم عنه على الشبكة، مما يجعل المحافظة على السمعة الإلكترونية مهماً جداً مثل المحافظة على سمعة المرء الحقيقية، بل أكثر أهمية، لأن الخطأ المرتكب في الحياة الطبيعية سيكون عادة ضمن دائرة مغلقة أو شبكة صغيرة من الأشخاص في العلن، ولذلك فإن أمر مرتكبه لن يفضح كما لو كان ذلك الخطأ أمام فيديو ونشر ذلك الفيديو

عل اليوتيوب وتم تناقله عبر آلاف الصفحات والمدونات الإلكترونية، أي أن دائرة العار " circle of shame " ستكبر، ولن يمكنه تدارك الأمر كما في الحياة الحقيقية، أضف إلى ذلك كون الرابط أو الصفحة المنشأة على مواقع التواصل أبدية، أي أن وصمة العار تلك ستبقى عبر الزمن، وستحتاج لفترة طويلة جداً لكي يتم نسيان ذلك الخطأ، حتى لو كان غير مقصود.

الشائعات والأقاويل الإلكترونية:

إن المحافظة على السمعة الشخصية صار اليوم أصعب بكثير من الماضي، حيث كان يكفي أن تتصرف وفق المألوف في العلن وبين الغرباء، وأن تتصرف براحتك بين عائلتك وأقربائك، أي: ضمن حيزك الشخصي، ذلك لأن الدائرة القريبة منك عادة سوف لن تنشر عنك ما يسيء لك.

ولكن اليوم ومع تطور تقنية الاتصال وكاميرات الهواتف المحمولة وسرعة التحميل على المواقع الإلكترونية وترابطها السريع مما يسمح بنشر صورة أو فيديو عن خبر ما في لحظات لكل العالم، فإن الحفاظ على سمعة المرء من الشائعات والأقاويل المبغضة ومنع نشرها على المواقع يصبح تحدياً حقيقياً.

فالإنسان يجب أن تظل سيرته عطرة لأنها الجزء الذي يحدد ذاته وهويته في نظر المجتمع، ويجب أن يتحكم في سيرته هذه، فيمتنع عن فعل المنكر في العلن، ويرتكب الأخطاء في السر أو في الستر كما يقال، ولكن مع توافر الكاميرات في كل مكان وسهولة التسجيل والتحميل والنشر للعالم أجمع، صار ارتكاب خطأ بريء بين الأصدقاء ومن ثم نشره كدعابة يسبب كارثة حقيقية للعديد من الأشخاص، فهم لا يستوعبون مفهوم ترابط العالم ووحدته عبر الشبكات الاجتماعية، وأن ما يحدث في حفل في أحد البلدان العربية قد يشاهده الملايين على يوتيوب أو الفيسبوك، لذلك فإن الحذر من الوقوع في الخطأ وتسجيل ذلك الخطأ على المواقع الإلكترونية يجب أن يكون أولوية عند التواصل عبرها، خاصة

وأن المجتمع سيحكم عليك من خلال مشاهدته لتلك الصور أو اللقطات أو الأقوال، وعندها لا ينفع حذر من قدر.

وبالتالي فإنه من شبه المستحيل السيطرة على السمعة الشخصية مع وجود ذلك الكم الهائل من أدوات انتهاك الحرية الشخصية، وهنالك العديد من الشواهد على أخطاء غير مقصودة ارتكبت في العلن أو في السر وتم تصويرها ونشرها على الإنترنت عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وقد شكلت هذه الصور والأفلام مشاكل مهنية وأسرية للعديد من الأشخاص، كالمرأة التي ألقت القمامة في القطار في اليابان، ونشرت الصورة التي أخذت من الموبايل على اليوتيوب فشاهدها الملايين من أبناء اليابان، فصارت تعرف الفتاة بفتاة القمامة، أو الذين يصورون أنفسهم بمواضع مخلة بالآداب ومن ثم ينشرون الصور على الإنترنت، فتبقى وصمة عار في جبين الفتاة أو الشاب.

ويضاف إلى فعل الأخطاء غير المقصودة، الشائعات والتشويه المتعمد للسمعة الإلكترونية، فإثارة الشائعات -والتي هي قول سَيِّئ عن شخص ما يحتمل الصواب أو الخطأ- الكاذبة حول شخص ما ومن ثم نشرها عبر تويتر أو الفيسبوك قد تكون له آثار مدمرة على سمعة المرء ونفسيته، وبعض الشائعات الإلكترونية المنتشرة قد يكون لها أثر مدمر على فترة زمنية طويلة، كما أنها تظهر في نتائج محركات البحث كجوجل وياهو، مما يزيد الطين بله، فمن لم يسمع بالشائعة أو الخبر الكاذب فإن بإمكانه أن يبحث عنه وقت ما يشاء.

وهنالك العديد من القصص عن شائعات كاذبة تم تناقلها عبر مواقع التواصل، وصدقها الناس على الإنترنت، لأن الفضول من طبع الناس، وهم يعتبرون الإشاعة نوعاً من ردع المجتمع للشخص الخاطئ صاحب موضوع الإشاعة، وأن تداول الأقاويل فيه ردع له ولغيره عن إتيان ذلك الفعل غير المألوف أو الخارج عن منظومة أخلاقيات المجتمع، وقد يصبح من الصعب تعديل الإشاعة بعد نشرها،

وقد حدث أن أزيلت عبارات أو أخبار غير حقيقية من المدونات بناء على طلب الأشخاص أو بحكم القانون، ولكن ما تزال تلك الأقاويل متداولة بين الناس.

وذلك ما حدث مع قضية الطفل الأمريكي الذي اتهم أنه سارق موبايل، ونشرت صوره على المدونات الإلكترونية مع تعليقات قاسية، ولكن بعدما تبين أنه قاصر فبحكم القانون أزيلت تلك الصور، ولكن سمعته في المدرسة وبين الأهل والأصدقاء قد تدمرت، وكذلك الأمر مع المرأة الأمريكية أيضاً التي نشرت أخبارها العائلية وأخبار معاشرتها لزوجها الخاصة على مدونتها، وقد أدى وجود رابط على موقع إلكتروني حيوي كبير يربط ما بين مدونتها وذلك الموقع إلى نشر تلك الأخبار للعالم بأجمعه، مما أدى إلى طلاق تلك المرأة من زوجها وطردها من عملها.

كذلك فيمكن تركيب الصور الكاذبة ونشرها على مواقع التواصل كما حدث مع قصة الطفل الصيني الذي صور وجهه ووضع على العديد من الصور المضحكة فشاهده الملايين في الصين وأصبح يطلق عليه الفتى السمين الصغير وهو لقب سيبقى معه للأبد مع الأسف.

وفي عالمنا العربي وبسبب طبيعته المحافظة الخاصة، فإن تأثير الشائعات والأقاويل عبر مواقع التواصل قد يكون مدمرا، فكم من عائلة عانت من الشائعات وكم من بيوت خربت، وما تزال قوانين الإنترنت في الدول العربية قاصرة أو عاجزة عن التصدي لهذه الآفة، إما لعدم استيعاب خطورتها أو لكون الموضوع ثانوياً إن قورن بالاستخدامات الأخرى لهذه المواقع كالدعوة للتظاهر وغيرها، ولكن مع ازدياد استخدام تلك المواقع في السياسة وغيرها، فإن دولاً قد بدأت تنتبه لهذه الظاهرة وبعضها صار يعاقب في المحاكم من يستخدمها للتشهير بالناس ويعاقب بالغرامة أو الحبس.

المسؤولية الاجتماعية عبر مواقع التواصل:

إن مصطلح المسؤولية الاجتماعية، بمعنى أن يكون الفرد أو الشركة أو الجماعة مسؤولة عن تصرفاتها اتجاه المجتمع ومؤسساته، وقد امتد هذا المفهوم خاصة في المجتمعات الغربية ليتعدى المفهوم العملي في ممارسات الحياة اليومية إلى البعد الإلكتروني، بمعنى شمول التفاعل مع الغير عبر مواقع الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي بمفهوم المسؤولية الاجتماعية.

ونعني بالمسؤولية الاجتماعية عبر مواقع التواصل، هو أن يتحلى المرء بالمسؤولية نحو تصرفاته وأقواله ونشره للمعلومات وتواصله مع الغير عبر هذه المواقع، فلا ينشر الأكاذيب والأقاويل والأخبار بدون تحقق وبدون دليل، كذلك لا يدعو إلى أفكار هدامة في المجتمع الذي يعيش فيه، ونعني بالأفكار الهدامة ما قد يخالف منظومة أخلاق المجتمع وثقافته وعقيدته وقوانينه.

فيجب على الفرد أن يضبط كلامه أو تدويناته أو تحديثاته عبر مواقع التواصل كافة كتويتر والفيس بوك و المدونات الشخصية، لكي تندرج تحت مظلة المنظومة، وإلا فإن المجتمع سيحكم على المخالف لتلك المنظومة بسيئ السمعة، وقد حدث أن التصريحات أو التدوينات عبر هذه المواقع قد أودت بكثير من كاتبيها إلى التهلكة السياسية أو المهنية أو الاجتماعية، وهو ما حدث مع شخص يعمل في الإدارة الأمريكية عندما عبر عن رأيه الشخصي العنصري على تويتر، ولم يعتقد عندما عبر عن رأيه أنه سينتشر انتشار النار في الهشيم وهو ما حدث تماماً، وقد أفضت الحادثة إلى استقالته من الإدارة وانتهاء مستقبله المهني فيها.

ويجب الانتباه إلى قوة محركات البحث كجوجل وياهو في استحضار الماضي، فاليوم كل تدوينة أو تصريح أو صورة أو فيديو، سينتهي مع خاصية التبويب في محركات البحث عندما تظهر النتائج، ولا تستطيع محي خطأ ارتكب وصور ووضع على مواقع التواصل طالما انتشر ووضعه الغير على مواقعهم وصفحاتهم

وانتهي به إلى محركات البحث، وقد صار العديد من الناس يستخدمون تلك المحركات لمعرفة معلومات شخصية عن الغير، وهذه طريقة ناجعة تستخدمها مخابرات العديد من الدول، وكذلك المسؤولون عن التوظيف في العديد من الشركات، أصبحوا يستخدمون محركات البحث لكي يجدوا صفحتك الشخصية على الفيسبوك مثلاً ولكي يعرفوا اهتماماتك الحقيقية وأصدقاءك، وغيره مما سيساعدهم للحكم عليك هل تصلح للوظيفة أم لا.

كما يجب الانتباه إلى أن كل ما نقوم به حتى لو كان على سبيل الدعابة أيام الدراسة أو غيرها، وانتُهِيَ به على مواقع التواصل الاجتماعي، فإننا سنندم عليه يوماً ما، خاصة في سياق العمل أو السياسة وغيرها، وقد حدث ذلك مع العديد من الأشخاص خاصة الذين تقدموا لوظيفة في شركات متعددة الجنسية، وقد تفاجؤوا من معرفة موظف الموارد البشرية لمعلوماتهم الشخصية على الفيسبوك ولتدويناتهم على تويتر والظاهرة في محركات البحث، وهو ما يفعله المسؤولون التنفيذيون في شركة مايكروسوفت وآبل وغيره عند التعيين، وذلك ببحثهم عن الشخص المتقدم للوظيفة عبر محركات البحث لكي يعرفوا تفاصيل أكثر عنه، خاصة للوظائف الحساسة.

وقد خسر كثير من الناس فرصة التوظيف نتيجة لدعابة صوروها وهم في أيام الدراسة في الجامعة ووضعوها على اليوتيوب وشاهدها صاحب العمل، أو لتدوينة عن سوء رب العمل في تصرفه معهم، وقد قرأها الجميع بعد انتشارها، ورآها رب العمل فطردهم، وغيرها من تصرفات يمكن تجنبها بقليل من المسؤولية الاجتماعية عند التدوين. تستطيع أن تحافظ على سمعتك الإلكترونية بتذكر ثلاث لاءات مهمة وهي:

- لا تنشر صوراً أو أفلاماً شخصية تضعك في موقف حرج أو مهين على مواقع التواصل ولو على سبيل المزاح، ولا تسمح لأحد بتصويرك ولو كنت تثق به، فأنت

لا تعلم من سيراها.

- لا تدون آراء مخالفة لمنظومة المجتمع وعقيدته، إلا إذا كانت هذه الآراء لإصلاح خلل.

- لا تنشر أخبار كاذبة بدون دليل يسندها أو تشهر بأحد أبداً حتى ولو كنت على حق.

مع تزايد وسائل المراقبة من كاميرات وأجهزة الرصد والستلايت وكاميرات الموبايل، صار من شبه المستحيل الحفاظ على خصوصية المرء في العلن وفي الأماكن العامة، فأينما توجهت فإن عدسات كاميرا من نوع ما جاهزة للرصد، ومع سرعة التدوين والتحميل والنشر عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فإن حدث مضحك أو خطر أو منفر، سيراه العالم خلال لحظات، ولذلك فإن مفاهيم مثل الحيز الشخصي" Personal Space" أو الخصوصية " Privacy" قد تغيرت في عصر مواقع التواصل الاجتماعي وتطور الاتصالات.

الخصوصية في عصر الشبكات الاجتماعية:

الخصوصية تعني: هي حق الفرد في حفظ معلوماته الشخصية، وحياته الخاصة، أو هي قدرة الشخص (أو مجموعة من الأشخاص)، منع المعلومات المتعلقة به أو بهم لتصبح معروفة للآخرين، وبالأخص المنظمات والمؤسسات، إذا كان الشخص لم يختار طوعاً أن يقدم تلك المعلومات، وقد تطور مفهوم الخصوصية ليضمن الحق في السيطرة على البيانات الشخصية عبر المواقع الإلكترونية ومواقع التواصل وغيرها وأول قانون للخصوصية نصه الأمريكي لويس برانديز[1].

ولكن مع تطور الاتصالات وآليات التصوير والمواقع الإلكترونية، فإن الحفاظ على حيز شخصي لا يتعداه الناس يصبح صعباً، فأنت عندما تضع معلوماتك وصورك الشخصية يراها الجميع على الفيسبوك، تصبح ملكاً لجميع من يطلع عليها بمجرد حفظها عندهم، وكذلك فإن العديد من مواقع التواصل تبيع البيانات الشخصية للمشتركين فيها ومن ضمنها عناوين بريدهم الإلكتروني لشركات التسويق، والتي بدورها سترسل لك العديد من البريد غير المرغوب فيه، وهذا

---

(١) خصوصية، الموسوعة المفتوحة ويكابيديا، http://ar.wikipedia.org

الأمر منتشر لدى المنتديات أكثر منه من مواقع التواصل المحترفة كالفيس بوك وماي سبيس ومكتوب.

أضف إلى ذلك أن ما يحدث من مواقف في الأماكن العامة ويتم نقلها أو تصويرها عبر كاميرات الموبايل ومن ثم تحميلها على اليوتيوب، لا تمنعه قوانين العديد من دول العالم، كما حدث في حكم العديد من قضايا رفعها أشخاص تم تصويرهم بمواقف مضحكة أو مذلة في العلن، وتم تداولها في المحاكم الأمريكية، وقد أفضت جل الأحكام القضائية إلى أن التجمع في الأماكن العامة هو حق للجميع، وأن ما قد يحدث في مكان عام لا تنطبق عليه أحكام الخصوصية، فالتصوير والتجسس على شخص في منزله يعتبر انتهاكاً لخصوصيته، ولكن التصوير في الأماكن العامة لا تعتبره العديد من المحاكم انتهاكاً لتلك الخصوصية، خاصة إن كان مع الشخص رخصة للتصوير كما عند الصحافيين وغيرهم. مع الانتباه إلى كون تلك القوانين قيد التطور مع كل حالة تطرح في المحاكم، وأنها تختلف من بلد لبلد، فالتصوير في الوطن العربي يحتاج لرخصة خاصة وموافقة رسمية حتى في الأماكن العامة[1].

الحرية الشخصية في عصر الشبكات الاجتماعية:

إن مفهوم الحرية الشخصية يختلف من بلد لآخر، ومن ثقافة لأخرى، ففي الغرب تعني: حرية الإنسان في اختيار طريقة حياته و معتقداته و ملابسه و أكله و شربه و ثقافته و كل شيء متعلق به شخصياً من غير تدخل أحد، سواء كان سلطة حاكمة أو مؤسسة دينية أو أفراداً آخرين من المجتمع[2].

أما الحرية الشخصية في الفكر الإسلامي فإنما يقصد بها قدرة الإنسان على فعل الشيء أو تركه بإرادته الذاتية وهي ملكة خاصة يتمتع بها كل إنسان عاقل ويصدر

(١) للمزيد عن تفاصيل تلك القضايا ارجع إلى مرجع ١٠.

(٢) حرية شخصية، الموسوعة المفتوحة ويكابيديا، http://ar.wikipedia.org.

بها أفعاله ،بعيداً عن سيطرة الآخرين؛ لأنه ليس مملوكاً لأحد لا في نفسه ولا في بلده ولا في قومه ولا في أمته.[1] ولكن مع وجود ضوابط تحكم هذه الحرية، مثل ألا تؤدي حرية الفرد أو الجماعة إلى تهديد سلامة النظام العام وتقويض أركانه، وألا تفوت حقوقاً أعظم منها،وذلك بالنظر إلى قيمتها في ذاتها ورتبتها ونتائجها، وألا تؤدي حريته إلى الإضرار بحرية الآخرين.

وبذلك نرى أن مفهوم الحرية الشخصية اختلف في المجتمع العربي عن نظيره الغربي، ففي الغرب تستطيع أن تتحدث بما تريد وإن خالف منظومة معتقدات المجتمع، كما أن ما قد يعتبر اعتيادياً التدوين عنه في الغرب، كالجنس و انتقاد المسؤولين وكشف صفات عن الناس، يعتبر من المحرمات أو المنافي للأخلاق في المجتمع العربي والإسلامي، بل تعتبره العديد من قوانين النشر العربية عبر الإنترنت الحديثة بأنه نوع من التشهير أو السب العلني أو القذف، ويعاقب بالغرامة أو الحبس أو كلاهما معا.

فمثلا في دراسة فقهية قانونية للدكتور عبدا لله الشريف عن التشهير عبر الإنترنت في السعودية، يرى أنه إذا كانت الألفاظ المنشورة على مواقع الإنترنت تمس المعتقد أو الأخلاق أو الأمانة، فإن المشهر إن لم يثبت ذلك فإنه يعزر بما يراه القاضي ، وإذا استخدم المشهر ألفاظاً يفهم منها فعل الفاحشة وغيرها فإن قصد بذلك فعل الفاحشة، أو كانت القرينة دالة على ذلك المراد، فإن المشهر يحد حد القذف، وإذا نشر المشهر صوراً حقيقية عن المشهر به فإن كانت مع من تحل للمشهر به، فإن المشهر يعزر بذلك أما إذا كانت صوراً مكذوبة تظهره (وهو يزني) فالباحث يرى أن يحد المشهر حد القذف[2].

---

(١) الحرية في الإسلام ، مقالات عن الإسلام والمسلمين، موقع الباحث الإسلامي:

http://www.islamicfinder.org

(٢) المفلح، هيام، عقوبة جريمة التشهير بالآخرين عبر الإنترنت كجريمة معاصرة، موقع وحدة المعرفة Knol، http://knol.google.com، ١١/ ٧/ ٢٠١٠

وكذلك الأمر بالنسبة للقانون المصري، حيث إن التشهير بالعلن ومنه الإنترنت يعاقب عليه القانون المصري، حيث تضمن أكثر من ٣٦ مادة عقاباً لجرائم من الممكن أن ترتكب عن طريق الانترنت منها الاعتداء على احد الأديان أو نشر الكتب المقدسة بعد تحريفها أو السخرية من الاحتفالات الدينية، أو لو كانت المادة المنشورة تغري مباشرة على ارتكاب جنايات القتل أو النهب أو الحرق أو جنايات مخلة بأمن الحكومة ولم تترتب على إغرائه أية نتيجة يعاقب بالحبس، أو أن يتناول المقال المنشور أو المادة المنشورة الإغراء على قلب نظام الحكومة أو على كراهيته أو الازدراء به، أو أن يحوي المنشور على الانترنت إغراء على عدم الانقياد للقوانين أو حسن أمراً من الأمور التي تعد جناية أو جنحة بحسب القانون ، أو نشر صوراً إذا كانت خادشة للحياء العام "، أو عرض صوراً غير حقيقية من شأنها الإساءة إلى سمعة البلاد، أما النقد البناء فهو مسموح في الحدود التي ذكرناها[1].

كان هذان مثالين عن قوانين الخصوصية والحرية الشخصية ونشر المعلومات العلنية في الوطن العربي، ولكن ما تزال الكثير من القضايا يخضع الحكم فيها لتقدير القاضي أو المدعي العام لها، خاصة وأن معظم القوانين الحالية بخصوص الإنترنت فضفاضة ومشتقة من القوانين الغربية، مما يدعو إلى تطوير تلك القوانين ودراستها جيداً من قبل المختصين في القانون، وتفصيل الحالات بشكل أدق لكي تناسب المجتمع العربي بخصوصياته، وإيصال تلك التفاصيل لجميع القضاة، وأن يراعى مساحة من الحرية في إبداء الرأي والنقد البناء حتى لا تختلف الأحكام وتضيع الحقوق الشخصية وتنتهك الحريات.

---

(١) الأسيوطي، حمدي، الحماية القانونية في قضايا النشر الالكتروني، ورقة بحث مقدمة في ورشة عمل "آليات الدعم المتبادل بين الإنترنت وحقوق الإنسان" موقع المبادرة العربية لانترنت حر http://old.openarab.net/ar/node/555 ، ٢١/٢/٢٠٠٨

يجب الانتباه إلى قوانين النشر في الدولة التي يتحدث عن أخبارها الموقع أو المدونة أو الصفحة الإلكترونية، والتأكد من كونها تسمح بنشر تلك المعلومة فيها، فحتى وإن كان منشأ الموقع والجهاز الخادم الذي يحفظ ملفاته في بلد غربي تسمح قوانينه بنشر تلك الأخبار أو المعلومات أو الصور، فإن ذلك لن يحمي من كتب ونشر تلك المعومات أو الصور، خاصة إن كان مقيماً في بلد قوانينه لا تسمح بذلك النشر.

أمثلة على آثار التواصل الاجتماعية في حياتنا اليومية

إن منظومة المجتمع الفكرية والثقافية والاجتماعية قد تغيرت في عصر مواقع التواصل الاجتماعي والتي عززت من أسلوب التواصل الشبكي الذي شرحناه سابقا، وبلا شك أن أثر هذه المواقع قد وصل إلى العديد من مناحي حياتينا اليومية، وصار جزءاً لا يتجزأ من شخصيتنا الاجتماعية ومكوناً من مكونات هويتنا الثقافية خاصة عند جيل الشباب العربي، وسنتعرف على أمثلة عن أثر بعض مواقع التواصل الاجتماعي على تكوين هوية مستخدمي تلك المواقع وبعض آثارها على حياتهم الاجتماعية اليومية.

أمثلة على أثر بعض أهم مواقع التواصل الاجتماعي على المستخدمين:

كشف دراسة[1] حديثة قام بها معهد بو للأبحاث في جامعة بنسلفينيا بعنوان "أثر التواصل الاجتماعي على حياتنا" شملت عينة من مستخدمي مواقع التواصل ونشرت عام ٢٠١١، تحدثت فيها الدراسة أن حوالي ٧٩٪ من المستخدمين كانوا أفراداً بالغين منهم ٥٦٪ نساء و٤٤٪ رجال،و تتراوح أعمارهم من ١٨إلى ٦٠ سنة، حيث إن الغالبية كانت من سن ٢٣ إلى ٣٥ سنة ، وقد تضاعف هذا العدد من المشتركين عن ٢٠٠٨، وهم منتشرون بين مختلف طوائف وألوان المجتمع بلا تمييز، كما أن الجميع كان من المتعلمين من مرحلة الدراسة الثانوية حتى الدراسات العليا، والأغلب كان يحمل شهادة جامعية بحوالي ٥٤٪ والباقي يحمل شهادة المدرسة الثانوية، وأغلب الأشخاص في الشبكة هم من زملاء الدراسة(مدرسة أو جامعة) بنسبة ٣١٪ يليها العائلة والأقارب بنسبة ٢٠٪ وزملاء العمل بنسبة ١٠٪ والباقي من الغرب أو الجيران بنسبة ٩٪.

---

(1) Pew Research Center's Internet & American Life Project , Social networking sites and our lives, (1) Pew Research Center, Washington, USA, 16/6/2011

وإن أكثر مواقع التواصل استخداماً هو الفيسبوك بنسبة ٩٠٪ من المشتركين يستخدمونه، و٢٩٪ يستخدمون ماي سبيس، و١٨٪ لينكد إن، و١٣٪ تويتر، ويستخدم المشتركون فيسبوك لكي يعلقوا على الملف الشخصي لأشخاص آخرين بنسبة ٢٢٪ و٢٠٪ لكي يعلقوا على صور الآخرين، و٢٦٪ يعجبون بتعليقات وصفحات الآخرين، و١٥٪ يعدلون على صفحاتهم الشخصية وأخيراً ١٠٪ يبعثون رسائل خاصة فيما بينهم.

وعلى صعيد العلاقات الشخصية بينت الدراسة أيضا أن ٤٣٪ من مستخدمي المواقع ميالين للثقة بالغير أكثر من بقية مستخدمي الانترنت العاديين، كما أن مستخدمي الفيسبوك لهم علاقات شخصية أقوى مع الغير بنسبة ٩٪ أكثر من غيرهم من مستخدمي الإنترنت، ولوحظ أن مستخدمي المواقع الاجتماعية يقدمون الدعم المعنوي لبعضهم البعض أكثر بخمس نقاط و ثلاث نقاط بالدعم المادي من غيرهم، و ٦ نقاط أعلى في الصداقة الشخصية، بل توصلت الدراسة إلى أن الدعم العاطفي والمعنوي الذي يحصله الشخص عبر موقع الفيسبوك من أشخاص على شبكته يوازي نصف الدعم الذي يحصل عليه من أشخاص في محيطه العملي أو من شريكه في حياته الزوجية.

مع ملاحظة أن مستخدمي مواقع التواصل عبر الموبايل، لهم أصدقاء عبر مختلف مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة ١٦٪ أكثر من مستخدمي تلك المواقع عبر الحاسوب العادي، وأنهم أنشط اجتماعياً من غيرهم بحوالي ١٧٪ أيضاً، وأن من بدأ في استخدام مواقع التواصل قد كون أصدقاء أكثر بنسبة واحد إلى خمسة خلال فترة الدراسة والتي استمرت سنتين.

أما على صعيد التفاعل السياسي والمشاعر الديمقراطية، توصلت الدراسة إلى أن ١٠٪ من مستخدمي الفيسبوك قد حضروا تجمعاً أو حدثاً سياسياً، و٦٦٪ قد صوتوا في انتخابات بلادهم، و٧٥٪ مندمجين مع الأحداث السياسية، و٥٧٪

يدعون لمرشح محدد للانتخاب، وأن مستخدمي مواقع التواصل منفتحين نحو الرأي الآخر المعارض لرأيهم أكثر ب٨ نقاط من غيرهم.

كما كشف تصويت عام أجرته شبكة المواقع الأردنية، حقيقة أن تطور تكنولوجيا التواصل بما فيها مواقع التواصل الاجتماعي قد أثرت على العادات والتقاليد العربية، حتى وصل تأثيرها إلى كيفية التهنئة بالأعياد الرسمية كالفطر والأضحى وعيد الميلاد، ففي تصويت سأل من خلاله ٢٤٥ زائر عبر الموقع " كيف تهنئ أصدقائك بمناسبة العيد"، فأجاب ٢١٪ من العينة عبر الفيس بوك، و١١٪ عبر الاتصال الهاتفي، و٤١٪ عبر رسائل الجوال، وأخيرا ٥,٤٪ عبر الزيارات، وأكد ٧٠٪ استخدامه لجميع الوسائل التقنية السابقة للتهنئة[1].

(١)(المصدر:http://jolinks.net).

مصير تفاعل المجتمع في مستقبل مواقع التواصل الاجتماعي

إن طريقة التواصل بين أفراد المجتمع قد اختلفت مع تطور تكنولوجيا المبني عليها ذلك التواصل كما بينا في هذا الفصل، فتفاعل الناس بعضهم مع بعض قد تأثر كثيراً بعصر الإنترنت ، وصار التواصل عبر مواقع الشبكات الاجتماعية جزءاً لا يتجزأ من حياة المليارات من البشر، مكونين بذلك أكبر مجتمع على الإطلاق، مع اختلاف لغاتهم وعقائدهم وثقافاتهم، إلا أن ذلك التواصل قد ربط فيما بينهم بشبكة تفاعلية هي الأكبر في التاريخ البشري.

ومن الحتمي تطور ذلك التفاعل مع القادم من الأيام، ومع سرعة التطور التكنولوجي القادم، خاصة في ظل انخفاض أسعار خدمات الإنترنت والاتصال اللاسلكي، وانخفاض أسعار أجهزة الحاسوب والمحمول، فإنه سيزداد عدد المشتركين بتلك المواقع، وبالتالي سيزداد تفاعل المجتمعات بعضها مع بعض، بل سيتطور ذلك التفاعل ليشمل الأمم على صعيد المجتمع والقائمين عليه، وستعقد المؤتمرات الدولية مستقبلاً من خلال مواقع التواصل، وسيستسقي المجتمع جل أخباره منها أيضاً، وسيشاهد الأفلام والمسلسلات عليها عوضاً عن التلفاز، وستتمحور العديد من مناحي الحياة حول ذلك التواصل.

وسيزداد الإقبال على الاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي في وطننا العربي، خاصة بعد الدور الذي أدته أو ستأديه في حركات الإصلاح التي وقعت أو ستقع في العديد من دولنا العربية، كما أنه من المتوقع ظهور العديد من مواقع التواصل الاجتماعي الجديدة والتي ستراعي اللغة العربية ومتطلبات المجتمع العربي بشكل أكبر عند إنشائها، وسيصبح التفاعل عبر هذه المواقع هو السمة الدارجة لمجتمعاتنا العربية.

ومن المتوقع أن تتأثر العادات والتقاليد في الوطن العربي بكل تأكيد، خاصة مع ظهور بوادر ذلك التغيير ضمن الحالات التي ذكرناها خلال هذا الفصل،

ولكن هذا التغيير قد يكون للأفضل كما حدث في زيادة الحريات الشخصية وحركات الإصلاح الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، أو سيكون سلبياً كما حدث مع زيادة معدلات الطلاق والتفكك الأسري والإدمان على مواقع التواصل.

لذلك فإن نتائج مستقبل التفاعل عبر الشبكات الاجتماعية مفتوحة على كل الاحتمالات، والأفضل بدءاً أخذ هذه الظاهرة وتأثيرها على مجتمعاتنا العربية بشكل جدي، ليس على أنها موضة شبابية، بل على أنها تطور لطريقة تفاعل المجتمع وتواصله بعضه مع بعض، وأن مستقبل التفاعل سيكون لها ولغيرها من التقنيات القادمة، وعلى هذا الأساس يجب أن تتهيأ الحكومات والمؤسسات المدنية على تهيئة البنى التحتية والخدمات المسهلة لذلك التفاعل، وعلى وضع القوانين الضابطة له، وعلى زيادة الحريات المتعلقة بنشر المعلومات عليه، فقطار تغيير تواصل المجتمع قد انطلق، وما زالت بلاد الضاد في المحطة لم تلحق بركب القطار بعد.

الفصل الثالث

البعد الاقتصادي للشبكات الاجتماعية

"إذا لم يكن لعملك مكان على الإنترنت، إذاً عملك سوف يفلس "

بيل جيتس مؤسس شركة مايكروسوفت، في تصريح له في ٢٠١١/٩/٢٥

تعتبر التجارة من أوائل محاولات التواصل بين الناس، لكونها تحتوي على تفاعل مع الغير بهدف تبادل السلع والخدمات مقابل ثمن يتفق عليه الطرفان، وبما أن الإنسان لا يستطيع أن يصنع كل شيء لوحده، فهو بحاجة للتبادل والتفاعل مع الآخرين لتلبية ذلك النقص، ومن هنا اعتبرت التجارة أولى أشكال التواصل الاجتماعي والاقتصادي، وقد تطور ذلك التواصل ليشمل تبادل القبائل فالمدن فالدول والإمبراطوريات بعضها مع بعض بهدف التجارة، ويعتبر طريق الحرير[1] دليلاً عملياً على تأثير التواصل التجاري في ثقافة الشعوب، فقد اختلطت ثقافات الحضارات القديمة من الصين والهند مروراً بتركيا وحتى بلاد الشام ومصر، وهي أولى محاولات العولمة الاقتصادية، والتي تطورت بمفهومها الحديث لتشمل حرية التجارة وانتقال الأموال والعمال بين الأمم كما يراها اقتصاديو اليوم.

ومع تطور تقنيات الاتصال، تطورت وسائل وطرق تبادل السلع والخدمات والمعلومات معها، وظهر مفهوم جديد للتجارة التقليدية، انتقلت بموجبها لعصرها الإلكتروني، وقد أطلق مصطلح التجارة الإلكترونية في ستينيات القرن العشرين بداية على التبادل الإلكتروني للمعلومات وبيانات البيع والشراء بين المؤسسات المالية الكبيرة كالبنوك على شبكات خاصة في الغرب، ومن ثم استعملت نظام تحويل الأموال الإلكترونية "Electronic fund Transfers" فيما بينها بهدف تحسين خدماتها المالية، و مع نهاية القرن العشرين، وتطور تقنية الاتصال، عرض

(١) هي مجموعة من الطرق المترابطة كانت تسلكها القوافل والسفن وتمرّ عبر جنوب آسيا في الصين مع أنطاكية في تركيا بالإضافة إلى مواقع أخرى، كان لطريق الحرير تأثير كبير على ازدهار كثير من الحضارات القديمة مثل الصينية والحضارة المصرية والهندية والرومانية حتى إنها أرست القواعد للعصر الحديث، وأخذ مصطلح طريق الحرير من الألمانية، حيث أطلقه عليه الجغرافي الألماني فريديناند فون ريتشهوفن في القرن التاسع عشر، للمزيد ارجع إلى طريق الحرير، ويكابيديا.

الإنترنت شيئاً فشيئاً نظام التبادل الإلكتروني للبيانات بين المؤسسات، ليصبح تبادل العملات والسلع والخدمات عبر الشبكة أمراً واقعاً وضرورياً في أساسيات التجارة خاصة مع دخول القرن الواحد والعشرين، لتواكب الدول العربية وبقية العالم الغرب، لأنها متأخرة عنه في ناحية التجارة الإلكترونية، واليوم صارت تلك التجارة من أهم دعائم التجارة العالمية ومن أهم أدوات العولمة الاقتصادية في العالم، والتي سهلت بحق عملية تبادل الأموال والسلع والاستثمارات عبر الحدود.

ماهية التجارة الإلكترونية E-Commerce:

وتعرف التجارة الإلكترونية E-Commerce بأنها: كل عقد تجاري يتم عن بعد عبر الوسائل الالكترونية (التلكس، الفاكس، الهاتف المحمول، شبكة الإنترانت، والإنترنت ومواقع الشبكات الاجتماعية) إلى غاية إتمامه[1]، ونلاحظ من هذا المفهوم أن التجارة الإلكترونية بمفهومها الواسع هي كل الأعمال الإلكترونية E-business التي يجري تعاقدها عبر أي وسيلة إلكترونية ومن ضمنها الإنترنت، مما يعكس العمق الحقيقي لهذا التواصل الشامل لجميع أشكال وجوانب الأعمال.

وعموماً تعرف التجارة الإلكثرونية على أنها مجموعة الصفقات التي تتم سواء كانت الطلبات بطريقة مباشرة مع الدفع الإلكتروني أو غير مباشرة عبر الويب، وهي تعني بإزالة الوسيط التقليدي في التجارة وإحلال وسيط جديد عبر البوابات الإلكترونية أو المواقع أو غيرها[2].

وتقسم بحسب العلاقة بين طرفي التبادل إلى ثلاث فئات رئيسية: **أولاها:**

---

(١) أمداح، احمد، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، ٢٠٠٦

(٢) بلغرسة، عبد اللطيف، آثار العولمة المالية على المؤسسات المصرفية في إطار التجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ٢٠٠٤

علاقة تبادل الأفراد(المستهلك Consumer) مع بعضهم (C2C) أو الأفراد بغيرهم من المؤسسات التجارية (الأعمال businesses) وهو ما يعرف ب (C2B) أو تعاملهم مع الحكومة Government ومؤسساتها (C2G)، وثانيها؛ علاقة تبادل المؤسسات بعضها مع بعض(B2B) أو مع المستهلك (B2C) أو مع الحكومة (B2G)، وثالث **نوع من العلاقات؛** هو تبادل الحكومات مع بعضها(G2G) أو مع المؤسسات(G2B) أو مع المستهلكين (G2C).

وقد تكون علاقة التبادل تشمل تبادل السلع مقابل نقود كما في علاقة المستهلك بالشراء من مواقع الشركات على الإنترنت أو بتقديم الطلبات البنكية عبر الإنترنت، أو علاقة تبادل لأسعار عملات أو سلع أو معلومات كما في التبادل التجاري بين البنوك، أو علاقة تبادل لخدمات كما في طلب المستهلكين لخدمات حكومية عبر الإنترنت.

وبشكل أشمل لطبيعة العلاقة التبادلية في التجارة الإلكترونية، فإن هذه العلاقة قد تشمل البيع المباشر بين الطرف طالب الخدمة أو السلعة وبين البائع سواء أكان فرداً مثله أو مؤسسة أو حكومة من خلال تقنيات مثل الإنترنت، وتشمل أيضاً تبادل خدمات كالدعم اللوجستي من توصيل سلع وغيرها، ونظام التخزين وأنظمة دعم المبيعات كمواقع وبرامج تخزين المعلومات المالية مثل PayPal ، والعملات الإلكترونية E-money أو الشيكات الإلكترونية E-checks أو بطاقات الائتمان الخاصة بالشراء عبر الإنترنت، أو بوابات الشراء الكبرى على الإنترنت والتي تؤمن وتوفر سبلاً سهلة للتبادل والشراء وإيصال السلع، وغيرها من التقنيات الداعمة لعمليات التبادل عبر الإنترنت، كذلك خدمات ما بعد البيع؛ مثل التأكد من استرداد المبلغ في حالة فساد السلعة أو صيانتها وغيره الكثير، مما يدل على كون مفهوم التجارة الإلكترونية واسع ويستوعب جميع أنواع الأعمال الخاصة بالتبادل التجاري عبر تقنيات الاتصال الحديث.

والجديد اليوم في عالم التجارة الإلكترونية هو دخول مواقع التواصل الاجتماعي وأدوات الشبكات الاجتماعية على خط دعم التجارة الإلكترونية، من خلال توفير صفحات أو أدوات للشراء والبيع وتسهيل تبادل المعلومات التجارية والتسويق للمنتجات من خلال تلك المواقع ومن أي مكان، كما سنرى آثارها واضحة على التجارة الإلكترونية في هذا الفصل، لتصبح هذه التجارة طريق الحرير الجديد والرئيسي للتبادل التجاري والثقافي في مستقبل تطور التجارة العالمية.

فجوة التجارة الإلكترونية بين العالم الغربي والعربي

لا يمكن إنكار فضل الغرب وتقنياته العلمية في نشر وتعميم ظاهرة التجارة الإلكترونية في العالم أجمع، وهو بسبب هذا التقدم العلمي والتقني في صناعات الاتصال والحاسوب وخدمات الإنترنت، قد قاد هذه الثورة التجارية بنجاح، حتى عمت التجربة مختلف أسواق العالم.

فجوة التجارة الإلكترونية:

إن الفجوة في حجم التجارة الإلكترونية بين الغرب والشرق، أو بين شمال العالم وجنوبه، ترجع بشكل رئيسي للتفاوت التكنولوجي بين تلك البلدان، ومن ثم ترجع لاختلاف ثقافة المستهلكين بشكل أقل، ومن ثم تأتي أسباب كضعف البنى التحتية وغياب القوانين المنظمة لعمل التجارة الإلكترونية وغلاء أسعار السلع على الإنترنت مقارنة بنظيرها الفعلي وقلة الشركات العاملة على الإنترنت، وغيرها من أسباب لم تعالج لليوم في دول العالم النامي وبالأخص في دولنا العربية والإسلامية، مما عمق من حجم الفجوة التجارية لصالح الغرب بشكل كبير.

وينعكس هذا التقدم لدى العالم الغربي جلياً في أرقام التجارة الإلكترونية والتي تدل على انجذاب العالم وخاصة الغرب نحو ذلك النوع من التداول شيئاً فشيئاً، ليصبح الطريق الرئيسي للتداول والاتجار مستقبلاً، فبحسب تقرير عالمي من موقع ComScore لعام ٢٠١١، فإن حجم اختراق التبادل عبر الانترنت في العالم بحوالي ٦,٩٪ ، مسجلاً أعلى نسب نمو في أمريكا الشمالية بحوالي ١٨٪ ، و٩,٦٪ في أوروبا، و ٦,٢٪ في أمريكا الجنوبية، و١,٨٪ في آسيا، و٠,٨ في الشرق الأوسط، كذلك فإن عدد المشترين من المواقع الإلكترونية بخصم الكوبونات قد ارتفع إلى ١٣,٣ مليون مستخدم في العالم[1].

---

(1) ecommerce reports, New Media Trend Watch World, 4/10/2011

وكذلك تحدث تقرير مالي التقرير نشرته مؤسسة فوريستر يرصد حجم حركة البيع والشراء الالكتروني أن حجم التجارة عبر الانترنت - في أوروبا الغربية - مرشح للنمو بمعدل ١٣٪ خلال عام ٢٠١١، ليصل إلى الرقم ٩٢ مليار يورو، و أشار التقرير إلى حجم النمو في هذا النوع الحيوي من التجارة - عبر الانترنت - قد نما بالفعل بنسبة ١٨٪ خلال العام المنصرم ٢٠١٠، واصلاً إلى الرقم ٨١ مليار يورو حالياً، وأشار التقرير أيضاً إلى أن حجم الزيادة السنوية المتوقعة لحركة البيع والشراء عبر الويب، سيسجل زيادة سنوية قدرها ١٠٪، مقترباً بهذه النسب من حجم التجارة الالكترونية المماثلة في الولايات المتحدة الأمريكية، ورصد التقرير تحديداً قطاع الالكترونيات ليقود الجزء الأكبر من حركة النمو المنتظرة، لتستحوذ وحدها علي حصة من التجارة الالكترونية تبلغ ٢٨٪ في ٢٠١٥، في حين من المنتظر أن تأتي تجارة "الأحذية" بنسب نمو ١٥٪ سنوياً، كما توقع التقرير نفسه نمو حجم التجارة الالكترونية في الملابس، لتولد دخلاً مقداره ٢١ مليار دولار، في ٢٠١٥، ووصلت نسبة عدد البالغين في أوروبا كلها، المتعاملين في سوق الانترنت، إلى ٥٩٪ من إجمالي عدد الأوروبيين بصفة عامة، مع توقعات بوصول العدد النهائي إلى ٢٠٥ مليون متعامل في الأسواق الالكترونية بحلول العام ٢٠١٥ [١].

وأضف إلى ذلك، أرقام تقرير شركة جوجل لعام ٢٠١١، والذي تحدث عن زيادة المبيعات عبر الموبايل ليصل إلى ٢٤٠ مليار دولار، ويتوقع ارتفاع ذلك المبلغ إلى ٦٧٠ مليار دولار بحلول العام ٢٠١٥، مع توقع نمو مبيعات مواقع الإنترنت بحوالي ثلاث أضعاف مبيعاتها اليوم[٢].

قارن تلك الأرقام الهائلة بحجم التجارة الإلكترونية في المنطقة العربية مثلاً،

---

(١) تقرير ١٣٪ زيادة في المبيعات عبر الانترنت في ٢٠١١، مجلة جامعه الاسراء الالكترونية www.israpress.com، ٣/ ٣/ ٢٠١١.

(٢) ابد ٤.

لنرى أن أعلى معدلات نمو هذا النوع من التجارة قد بلغ ١٥٪ في سنة ٢٠١٠، مدفوعة بمشاريع البنى التحتية والتركيز الحكومي القوي على الخدمات الإلكترونية والنمو السريع في معدلات استخدام الإنترنت[1]، ومع هذه النسبة العالية للنمو إلا أن الحجم الكلي لهذا النمو مقارنة بمبالغ التجارة الهائلة في الغرب لم يتعد الواحد في المئة خلال العام الحالي، فنحن ما نزال نحبو في طريق هذه التجارة.

اختلاف ثقافة المستهلك:

كما سبق وعزينا سبب اتساع الفجوة إلى الفرق الشاسع في التفوق التكنولوجيا لصالح الغرب، وهو أمر من الصعب ملاحقة الغرب فيه لأسباب عديدة أقلها ضعف البنى التحتية والدعم الحكومي والعجز المالي وغيرها الكثير، ولكن هنالك فارق ثقافي مؤثر وفعال في مضاعفة أو تقليل تلك الفجوة ، وهو اختلاف ثقافة المستهلك الغربي عن نظيره العربي.

فالمستهلك في الغرب أكثر تقبلاً للشراء والبيع من خلال الإنترنت أو الموبايل من نظيره الشرقي، لكون الثقافة الدارجة بالشرق نابعة من ضرورة تفقد السلعة ورؤيتها قبل الشراء، كذلك يضاف إلى ذلك ضعف المعرفة باستخدام تقنيات التبادل عبر الإنترنت كاستخدام بطاقات الائتمان وتسجيل البيانات المالية على المواقع، هذا ناهيك عن ضعف القدرة الشرائية للمواطن العربي بسبب تآكل المدخول والفقر والبطالة وغيرها من أمور اقتصادية تؤثر على الطابع الاستهلاكي للمواطن العربي، وكلها أمور تحتاج لتضافر جهود المواطنين والحكومات كي يجري إصلاح الخلل فيها.

فنرى مثلاً من تقارير سلوك المستهلكين عبر الإنترنت أن حوالي ٥٠-٨٨٪ من متصفحي الإنترنت في الغرب يشترون عبر الإنترنت، بينما ٤٪ فقط يستخدمونه للشراء في العالم العربي. (المصدر:www.insightsmena.com)

---

(١) نمو التجارة الالكترونية العربية بنسبة تفوق ١٥٪ عام ٢٠١٠، موقع ماهر للتجارة الإلكترونية، www.maher4ec.com، ٢٠١٠

مزايا التجارة الإلكترونية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية

مرت التجارة الإلكترونية بمراحل تطور منذ ابتداء التعامل بها عبر التلكس والفاكس مروراً بشبكات الحاسوب الداخلية بين الشركات وانتهاء بالإنترنت وتطبيقاته المتعددة، لتزدهر هذه التجارة في عصر الشبكات الاجتماعية والتي عملت على مضاعفة المبيعات والأعمال الإلكترونية بشكل عام عبر مواقع التواصل الاجتماعي كافة، والتي استطاعت من خلال مميزاتها وخصائصها الفريدة أن تعمل على ازدهار ظاهرة التجارة الإلكترونية وتعميم تجربتها على مناطق العالم كافة، بل هنالك من يرى مساهمتها الواضحة في تقليص فجوة التجارة الإلكترونية بين العالم النامي والمتحضر بشكل كبير، بفضل تلك المميزات الفريدة والتي سنتحدث عنها في هذا القسم.

مزايا التجارة الالكترونية بشكل عام:

إن الاتجار الإلكتروني له مزايا عامة تشمل جميع أشكال وطرق التبادل الإلكتروني، ومن ضمنها التبادل التجاري عبر مواقع التواصل والتي تتشارك في تلك المزايا العامة[1]، أهمها:

١-تدعم التجارة المحلية للدول؛ حيث إنها تعمل على فتح أسواق جديدة أمام منتجات الأسواق المحلية، مع أن هنالك من يراها نقطة سلبية، ولكنها سلبية في حالة ضعف جودة المنتج وغلاء سعره مقارنة مع غيره من المنتجات العالمية.

٢-تعمل على زيادة القدرة التنافسية للمنتجات المحلية، وذلك من خلال فتح منافذ تسويقية جديدة لها وتعرضها لشريحة أكبر من المستهلكين المحتملين عبر المواقع الإلكترونية.

٣-كسرت الحواجز التقليدية والعقبات أمام حرية تبادل الأموال والسلع

---

(١) ابد ٣

والخدمات العالمية؛ فهي قللت الرسوم الجمركية وغيرها من رسوم خاصة بالنقل وتبادل الأموال والسلع والخدمات عبر الحدود، لتعزز بحق من فكرة العولمة الاقتصادية وحرية التجارة العابرة للقارات.

٤-توفر خدمة ٢٤/٧؛ المواقع والبوابات التجارية الإلكترونية عبارة عن أسواق أو مولات مفتوحة ٢٤ ساعة طيلة أيام الأسبوع، وبالتالي توفر الخدمات على مدار الساعة وبأقل التكاليف.

٥-تعمل على تخفيض التكاليف والأجور بشكل كبير؛ فهي تقلل من رسوم التخزين والشحن وأجور الأيدي العاملة ورسوم الدعاية والإعلان وغيرها.

٦-تدعم المشروعات الصغيرة وتزيد من خلق فرص العمل الحر؛ فهي قللت تكاليف العمل والدعاية وفتحت أسواقاً خارجية لم تكن تحلم المشروعات الصغيرة بوصولها في التجارة التقليدية.

٧-تزيد من معدلات النمو في الدول؛ وذلك بسبب زيادة حجم التجارة عبر مداخيل التجارة الإلكترونية وكذلك زيادة احتياطيات الدول من العملة الأجنبية، وأضف على ذلك أن التجارة الإلكترونية من خلال فتح الأسواق ودعم المشروعات الصغيرة عبر مواقعها على الإنترنت، فإنها تكسر من حلقة الفقر وتوفر مخرجاً مناسباً للتنمية و زيادة العمل الحر للأفراد العاطلين، مما يساهم في نهاية المطاف في تقليل الفجوة بين دول العالم النامي والمتقدم.

٨-كما تعتبر أداة لزيادة الشفافية والإصلاح الاقتصادي، فبسبب علانية التداول عبرها وشفافيتها، فإنه من الصعب تزوير السجلات والتهرب الضريبي والفساد والرشوة عبرها.

٩-تيسر من الخدمات العامة المقدمة للمواطنين؛ فمن خلال إتاحة الدفع مقابل الخدمات العامة كفاتورة الهاتف أو الكهرباء أو الماء وغيرها، فإنها تسهل من حياة المواطنين وتبسط الإجراءات، كذلك فإنها تيسر من توزيع الخدمات العامة مثل

الصحة والتعليم والتعامل البنكي من خلال تقديم الطلبات عبر الموقع الخاص بتلك المؤسسات.

١٠-أداة لزيادة الاستثمار؛ من خلال جلب المستثمرين الدوليين وإتاحة المعلومات أمام المستثمرين.

١١-تطوير البنية التحتية التكنولوجية؛ فهي تخلق مناخ داعم للتكنولوجيا وتبادل التقنيات والخبرات عبر الإنترنت، وفتح مجال أمام تطور صناعة البرمجيات والتقنيات المحلية ومنافستها عالمياً.

١٢-تحسين مستوى المعيشة وزيادة الرفاهية للمواطن العادي؛ حيث تتيح لهم اختيار المنتج أو الخدم المناسبة لحاجياتهم من أي مكان بالعالم وبسعر منافس أفضل من لو كان الخيار محصوراً بالمنتج المحلي فقط، مما يرفع من مستوى الرفاه للمواطن العادي.

لقد نمى حجم التجارة الإلكترونية في الصين نمواً هائلاً خلال الأعوام الخمس الأخيرة، فمع كون إمكانياتها التكنولوجية وثقافة شعبها قريبة من الدول العربية، إلا أن القفزة التكنولوجية وطفرة التصدير وزيادة معدلات النمو ساهمت في تطوير البنية التحتية وثقافة المجتمع نحو البيع والشراء والتصدير عبر مواقع الإنترنت، مما أدى إلى جعل الصين ثاني أكبر دولة في العالم في مجال التجارة الإلكترونية بعد أمريكا في عام ٢٠١٥.

حيث يتوقع أن يتراوح معدل نمو التجارة الإلكترونية في الأعوام ما بين ٢٠١١-٢٠١٥ بنسبة ٣٢٪، ويتوقع أن يبلغ حجمها ٢,٨ تريليون دولار في العام ٢٠١٥، ويتوقع أن يتم التركيز على منجم الذهب هذا من قبل حكومة الصين في الخطط الخماسية المقبلة لدعم هذه التجارة الرائدة [١].

---

(١)(المصدر: www.chinadaily.com.cn/bizchina/2011-07/13)

مزايا مواقع التواصل الاجتماعي كأداة للتجارة الالكترونية

إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كأداة من أدوات التجارة الإلكترونية قد أضاف العديد من المزايا[1] لهذه التجارة أهمها:

١-زيادة قاعدة المستهلكين؛ فبإضافة الملايين من المستهلكين المحتملين عبر الترويج والحملات التسويقية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي، فإن الشركات الكبيرة والصغيرة والأفراد والحكومات باستطاعتهم جميعاً أن يضاعفوا حجم زبائنهم وزيادة قاعدة العملاء واقتطاع حصة سوقية أكبر في الأسواق الدولية.

٢-جعل حملات التسويق الإلكتروني أكثر شخصية "More Personal"؛ وذلك من خلال تخصيص الإعلانات وجعلها مباشرة تتناول الخطاب الشخصي مع شريحة المستهلكين المعنية عبر مواقع التواصل الاجتماعي وباستخدام أدواتها المتعددة.

٣-تحسين العلاقة التجارية بين الشركة والمستهلك؛ من خلال إتاحة وسائل للتواصل مباشرة بينهم، كما أن تعليقات وشكاوي واقتراحات المستهلكين تصل الإدارة بشكل أسرع وتعطي صورة حقيقية أكثر عن أداء المنتج في السوق.

٤-إيجاد نموذج كامل ومتصل من الأعمال الإلكترونية؛ وذلك بدمج عمليات البيع والتسويق والمتابعة وخدمة العملاء من خلال صفحة موقع تواصل واحد يبيعك مباشرة من خلاله أو ينقلك لموقع الشركة الأصلي، ليقرب المسافة بحق من المستهلك النهائي ويلغي دور الوسيط الإلكتروني التقليدي(كشركات تسويق الكترونية متخصصة أو برامج خدمة المستهلك ..إلخ).

٥- تخفيض تكاليف الأعمال الإلكترونية؛ فكلفة القيام بالأعمال الإلكترونية

---

(1) eMarketer , The Role of Social Media Networking in E-Commerce Web Development, Website And E Commerce Design , www.vendorseek.com, 2010

قد تم تخفيضها بشكل كبير مع دخول مواقع الاتصال كعنصر من عناصرها، وذلك بتخفيض تكلفة الإعلانات الإلكترونية ودراسات التسويق، وتقديم الطلبات المباشرة، وغيرها من تطبيقات توفرها مواقع التواصل الاجتماعي.

٦-زيادة معدلات الأرباح المتحققة من الأعمال الإلكترونية؛ فبزيادة الحصة السوقية وتوسيع قاعدة المستهلكين والوصول لهم بسهولة ويسر، وتخفيض تكلفة التسويق، كل ذلك يساهم في زيادة الأرباح الكلية وبكفاءة عالية أكثر من لو اعتمد على المواقع الإلكترونية الرئيسية لوحدها.

هنالك الكثير مما يمكن أن تقدمه تقنية التواصل الاجتماعي الإلكتروني لتطوير الأعمال والتجارة الإلكترونية وسنناقش الآن أهم جوانب هذه الأعمال وأثر مواقع التواصل الإلكتروني عليها.

أدوات الشبكات الاجتماعية الداعمة للتجارة الإلكترونية

هنالك أدوات[1] تدعم التجارة الإلكترونية وتعمل على تطوير أدائها، مثل:

١-عربة التسوق ثلاثية الأبعاد 3DCart؛ برامج دعم التسوق المباشر عبر الإنترنت، والمصممة لتسهيل تسوق الأفراد عبر المواقع، حيث يقوم المشتري بإضافة الغرض الذي يريد شرائه إلى عربة تسوق افتراضية، وتقوم تلك العربة بجمع المبلغ وتبيان الضريبة وخدمة التوصيل ومن ثم الانتقال إلى صفحة الدفع، وغيرها من البرامج الشبيهة والتي تدعم التسوق الإلكتروني.

٢-تحديثات الفيسبوك والتويتر؛ إن تحديث أي معلومة جديدة عن منتجك أو نشاط لمشروعك أو خبر عن شركتك على صفحات الفيسبوك والتويتر، يعتبر ترويجاً مجانياً وفورياً للملايين من المستهلكين حول العالم، فبعد أن كان عليك أن تدفع مبالغ طائلة لتصميم حملة تسويقية ومن ثم نشرها عبر الصحف الرسمية والمجلات والنشرات وقد يقرأها جمهور المشترين الذين ترغب بهم أو لا، وغيره من أساليب تضيع الوقت والكلفة.

صار اليوم بفضل أدوات تسويق مواقع التواصل الاجتماعي، والمخصصة لعمر معين أو قطاع معين، صار بإمكانك إنشاء صفحة تسويقية خاصة بالمنتج أو إضافة خبر عنها على الحائط الخاص بك على موقع الفيسبوك أو إرسال رسالة مجانية للملايين عبر التويتر تبلغهم بالعروض، وبذلك توفر مبالغ طائلة وتحصل على نتائج تسويقية مضمونة لمنتجك.

٣-المدونات والمنتديات؛ فمن خلال المدونات تستطيع أن تروج لمنتجاتك أيضا من خلال التحديثات وخدمات الRSS وغيره، كما أن مثل هذه التجمعات

---

(1) Ray, Ramon, 7 Tools for Social Media eCommerce, Small Business Technology http://smallbiztechnology.com, 21/7/2010

الإلكترونية والتي تشكل أساس المجتمعات الإلكترونية، تمثل بيئة خصبة لدراسة، وتسويق، وترويج، وبيع المنتجات، فجمهورها متحفز للجديد في عالم المواقع وهو منفتح أمام التواصل، فلا أبواب تصد في وجه البائعين المتجولين، ولا إضاعة لوقت المستهلك، فأنت تسوق لمن يرغب وتبيع لمن يريد الشراء حقاً.

٤-واجهة محل إلكتروني على مواقع التواصل؛ فالعديد من الأشخاص والمشروعات الصغيرة والشركات الكبيرة، قد أقام له صفحة على أحد مواقع التواصل وبالأخص على الفيسبوك حيث يدعم تحميل شعار المحل وصوراً عن المنتجات مع إمكانية إضافة تطبيقات خاصة لتقديم الطلبات المباشرة والدفع الإلكتروني عبر البطاقة الائتمانية ونشر الإعلانات على صفحات الناس الشخصية على الموقع مع وصلة توصل لصفحتك على الفيسبوك أو موقعك الرئيسي وغيره من وسائل فعالة عملت على نشر وإشهار منتجات عديدة وبأقل تكلفة.

٥-إضافة أزرار الوصلات الداعمة لمواقع التواصل على موقعك الإلكتروني الرئيسي؛ وبالعكس فإن إضافة الأزرار الموصلة لمواقع الشبكات الإلكترونية كأزرار فيسبوك وتوتير ولينكدان وغيرها، على موقعك الإلكتروني الرئيسي سيسهل من عملية التسويق والترويج للمنتج من خلال ضغط المستهلكين على هذه الأزرار والكتابة وإرسال الوصلات عن موقعك في مواقع التواصل، مما سيؤدي بالنهاية لزيادة عدد الزائرين للموقع الرئيسي وبالنهاية زيادة المبيعات.

٦-زر الإعجاب Like على الفيسبوك؛ هذا الزر له مفعول العجائب في زيادة الوعي الخاص بعلامتك التجارية وزيادة ثقة المستخدمين الآخرين للموقع بمنتجك، وذلك من الخصائص الفريدة لجمهور مواقع التواصل، حيث يعرف عنهم ثقتهم بعبارات الإعجاب والتعليقات الصادرة عن محيط شبكتهم، ولذلك فعندما يقول شخص ما: إن منتجاً معيناً قد أعجبه فإن المعظم في شبكته سيعجب بالمنتج وتتولد لديهم رغبة في الاطلاع عليه، والعكس صحيح فالكارثة إن لم يعجب

أحدهم بالمنتج ونشر تعليقاً سلبياً عنه، فإن الجميع في محيط شبكته سيتأثرون بهذا الرأي ولن يرغبوا في الاطلاع أو ترويج أو شراء المنتج أصلاً.

٧-دمج الأفلام التسويقية على اليوتيوب ضمن موقع الشركة أو المنتج؛ فبإضافة الأفلام التسويقية للموقع يجعله أكثر شخصية وأفضل للتواصل وتوضيح مميزات المنتج، وكذلك إضافة الفيديو في اليوتيوب مع وصلة للموقع ستزيد من فرص الإطلاع عليه وستزيد من الحركة على الموقع.

٨-إضافة تطبيقات الموبايل؛ إن إضافة برامج والتطبيقات الداعمة للتسوق عبر الموبايل من شأنه تسهيل عمليات الشراء عبر الموقع ومن أي مكان وزمان بحق، فهنالك مواقع توفر تطبيقات قابلة للتنزيل مجاناً على هواتف الزبائن المحمولة؛ تسهل عليهم عملية التسوق عبر الموبايل وتعمل على تسريع عملية الشراء، مثل تطبيقات البيع عبر الآيفون أو البلاك بيري وغيرها.

إن هدف مواقع التواصل وأدواتها في دعم التجارة الإلكترونية يتركز في خمس محاور أساسية:

١- بث الإعلانات طوال الوقت على المواقع بلا انقطاع.

٢- بناء وعي متزايد حول العلامة التجارية الخاصة بالمنتج وبالاسم الخاص بشركته.

٣- نشر الحديث حول المنتج بين المشتركين في مواقع التواصل.

٤- بناء مجتمع الكتروني من مستخدمي وداعمي المنتج والمروجين له على المواقع.

٥- التأثير على نقاشات الحوار عبر مواقع التواصل بهدف دعم المنتج والترويج له[1].

---

(١)(المصدر: http://www.vendorseek.com).

ظهر التسويق الإلكتروني عبر الإنترنت كضرورة للترويج عن السلع والمنتجات والخدمات المعروضة على مواقع الشركات على الشبكة، ولذلك فإن تاريخ ظهورها بشكل عام كان مع ظهور مواقع الإنترنت، وأولى أدواتها كانت الإعلان عبر وسائل البريد الإلكتروني، فتطورت للصور على المواقع ونهاية بصور الفلاش والأفلام والصور ثلاثية الأبعاد وغيرها من التطبيقات المروجة.

ومع انتشار مواقع التواصل الاجتماعي والزيادة الهائلة في الإقبال عليها، بدأت تطل مفاهيم جديدة على ساحة التسويق الإلكتروني أكثر حرفية من البانرز Banners والإيميل، وبدأ مفهوم التسويق الفيروسي ينتشر بين الشركات المتخصصة بالدعاية والإعلان الإلكتروني وبدا عهد تسويقي جديد عنوانه الاعتماد على المستهلك لترويج السلعة ودعم انتشارها كما سنرى.

مفهوم التسويق الإلكتروني عبر مواقع الإنترنت والشبكات الاجتماعية:

إن التسويق الإلكتروني أو الرقمي عبر مواقع الإنترنت والشبكات الاجتماعية يعرف بكونه: يشمل جميع الأساليب والممارسات ذات الصلة بعالم التسويق عبر الشابكة (الإنترنت): الاتصال عبر الإنترنت، وتحسين التجارة الإلكترونية [(١)].

وهو مقسم إلى ثلاث أقسام رئيسية: أولها التسويق بالدفع على الضغط على الإعلان لكل بانر(صورة) لمنتج على موقع ما وهو ما يعرف بالدفع مقابل الضغط "Pay Per Click"، والثاني التسويق بزيادة الحركة على موقع ما من خلال ظهور عنوان URL الموقع في محركات البحث ويسمى " Search engine optimization "، والنوع الأخير يهتم بالتسويق عبر مواقع التواصل الاجتماعي ويسمى بـ" Social

---

(١) تسويق الكتروني، موقع الموسوعة المفتوحة ويكابيديا،

http://en.wikipedia.org/wiki/Internet_marketing

Media Marketing أو SSM" .

واستراتيجيات التسويق الإلكتروني تقسم إلى أربع استراتيجيات رئيسية: أولاً: التسويق بطريقة شخص لشخص، أي: التسويق الفردي" One-to-one approaches"، وهي تتم من خلال إرسال الإيميلات والرسائل المباشرة للأشخاص المعنيين، أما ثاني تلك الاستراتيجيات فهي التسويق لأذواق محددة " Appeal to specific interests" وتعني بالتركيز على المستهلكين المحتملين للمنتج بناء على تفضيلاتهم وتركيز الحملة على مواقع تجمعهم على النت، وثالثاً: التسويق المتخصص "Niche marketing "، وهو تركيز الحملة بخصوص منتجات معينة لجمهور محدد ذو ذوق متخصص بتلك السلعة ويتطلب جهداً أكبر ودراسة أعمق قبل إطلاقها على النت، وأخيراً استراتيجية التسويق الإلكتروني الرابعة، وهي الاستهداف الجغرافي " Geo-targeting " وتعني استهداف مجموعة معينة ذات تصنيف عرقي أو ديني أو جغرافي معين يمكن تسويق السلعة المناسبة له عبر الإنترنت كالتسويق لبلد معين على الموقع دون غيره .

ماهية التسويق الإلكتروني الفيروسي:

إن التسويق الإلكتروني الفيروسي " Viral marketing" هو مصطلح جديد ظهر في العام ١٩٩٨ ويعني : التسويق الذي ينشر نفسه بنفسه، وسمي بالفيروسي لأنه كالعدوى بالفيروس ينتشر من مريض لمريض، وكذلك الحديث عن المنتج فإنه ينتقل من شخص لشخص عبر المواقع الإلكترونية، حيث إن مروج الحملة يختار من سيرسل له الإعلان الكترونياً ومن ثم سينتقل الحديث عنها من مروج لمروج وهكذا حتى يصبح المنتج حديث المجتمع الإلكتروني ويبدأ الناس بزيارة موقع الشركة للشراء[1].

(١) Burney, Jim, Get Viral – Get Visitors, JB-publishing, USA, 2008

وهي تقنية أثبتت فعاليتها في عالم الأعمال الإلكترونية، وخاصة بزيادتها للحركة على الموقع و استخدام أساليب مبتكرة للترويج للمنتج وبأقل التكاليف، وقد وفرت مواقع التواصل الاجتماعي البيئة الأمثل لهذا النوع من التسويق، وذلك لتوفرها على بيئة خصبة للنميمة ونشر الشائعات الترويجية، كما أن النقاشات وأزرار الإعجاب تفيد في زيادة الوعي حول المنتج الجديد وبالتالي زيادة الحركة على صفحات وموقع الشركة، وهي تعتبر أكفأ استراتيجيات التسويق الإلكتروني عبر الشبكات، وهي ما تزال غير مستغلة بالأكمل في الغرب من قبل الشركات الكبرى، أما في الوطن العربي فهي تكاد تكون معدومة لولا استخدامها في الترويج لبعض المنتجات التي تشجع الشخص على التحدث عن المنتج لعدد من الأشخاص مقابل المال، كما ظهر أثرها في الترويج لأحداث وتجمعات الربيع العربي في عدد من البلدان عبر مواقع التواصل.

ويستخدم التسويق الفيروسي عدداً من الأدوات التي يعتمد عليها في تسريع انتشاره في جسد المجتمع الإلكتروني وعلى رأسها: رسائل البريد الإلكتروني والتي تطلب من الشخص إرسالها لغيره بل تقدم له المال في بعض الأحيان لنشرها، والنشرات الإخبارية "Newsletters" والتي تحتوي على معلومات معدة عن المنتج وفوائده مع وصلة لموقع الشركة لتسهيل الشراء ، ويكون النص بصيغة أخبر صديقاً، كذلك يضاف إليهم المدونات والمنتديات وغرف الشات (المحادثة) ومجموعات جوجل أو الياهو والإعلانات عليها ، خاصة أنها تشكل أرضاً خصبة لانتشار فيروس النميمة التسويقي، وأخيراً استخدمت أفلام يوتيوب للترويج ونشر الفيروس التسويقي بسرعة.

فالهدف الرئيسي من حملة التسويق الإلكتروني الفيروسي هو إحداث ضجة إعلامية كبيرة " Buzz" يتردد صداها عبر مواقع التواصل والمدونات والمنتديات حول العالم كافة لجذب الانتباه نحو المنتج و زيادة الحركة على موقع الشركة لشرائه، بعد أن ذاع صيته على أَلْسُنِ الناس أو صفحاتهم.

ركائز التسويق الإلكتروني الفيروسي:

إن التسويق الإلكتروني الفيروسي يعتمد على ركائز[1] ثلاث محددة وهي:

أولا: المادة المبدعة" Creative Material"؛ حيث إن محتويات الإعلان الفيروسي المرسلة إلى المعنيين سواء أكانت عبر الإيميل أو النشرة الإخبارية أو صورة عبر الموقع، يجب أن تكون رسالة التسويق مبدعة، مأثرة، شخصية، مفيدة، قصيرة ومختصرة، بحيث تعطي انطباعاً جيداً لدى المستقبل وترغبه في نقلها لأشخاص آخرين ليستفيدوا من هذا المنتج.

تستطيع جعل رسالة حملتك الإعلانية مثيرة للاهتمام وممتعة ومأثرة في آن واحد من خلال:

١-دمجها مع صورة معبرة أو فيديو مضحك أو كاريكاتير له علاقة بمنتجك الذي تروجه.

٢-عنوان الرسالة أو الإيميل أو النشرة يجب أن يكون مثيراً وإلا انتهى إلى بريد المهملات، مثل خبر عاجل أو فرصتك الذهبية أو اختراع ثوري أو غير حياتك الآن.

٣-شعار الحملة أو مغزى الرسالة لا بد أن يكون معبراً ومؤثراً ولا ينسى، كما ينصح بذلك ستيف شازن صاحب الفكرة وراء حملة آبل الناجحة لترويج جهاز الآيباد لسماع الأغاني بتأليفه شعار بسيط ومؤثر وهو " ألف أغنية بجيبك" .

٤-أنتج أنت وأعضاء الفريق في الشركة الأفلام الترويجية عبر اليوتيوب واجعل أكثر المتحدثين لباقة ومرحاً هو المتحدث في الفلم لجذب الانتباه وابتعد عن الرتابة في الإخراج واعتمد البساطة والمرح كدليلك في عمله.

---

(١) ابد ١٢

٥-استخدم كتاباً إلكترونياً للترويج عن مفهوم الحملة وانشره مجاناً مع وصلة لموقعك الرئيسي، ككتيب عن فوائد زيت الشعر لمنتج معين فيه عنوان الموقع.

ودوماً تذكر أن تحظى بالمتعة أثناء تأليفك لشعار الحملة وذلك لكي تخرج النتيجة شخصية وصادقة أكثر، ولتفكر خارج إطار الرتابة التسويقية التقليدية والتي لا تنفع على مواقع التواصل ولا تخاطب عقلية مستخدميها.

ثاني الركائز هو: البث أو إرسال الرسالة "Transmission "؛ فالطريقة التي ستنشر بها فيروس التسويق عن منتجك هي مهمة بقدر مضمون الرسالة ، فلا يجب أن ترسل عنوة أو خلسة عبر البريد غير المرغوب فيه، بل أرسلها لمن يرغب، وتستطيع ذلك عبر قوائم بريد متخصصة لأناس يرغبون باستقبال رسائل الترويج وذلك عبر الاستعانة بخدمة المواقع المتخصصة بالإعلان الإلكتروني وغيرها، كذلك عملية الإغراء والتحفيز لإرسال تلك الرسالة للغير لا بد أن تكون سلسة ومقنعة للشخص أنه إن أرسلها فسيستفيد غيره أيضاً.

ملاحظة للقارئ: تستطيع إقناع الأشخاص الآخرين بنقل رسالتك الترويجية للغير، من خلال وسائل ترويجية وحملات تسويق، كأن تهدي كل شخص يرسل الرسالة إلى عشرة أشخاص كوبون خصم على المنتج أو هدية رمزية أو نغمة موبايل وهكذا بحسب المنتج، كذلك تلجأ الشركات الكبرى كجوجل وياهو وغيرها لدفع مبالغ معينة مقابل نقل الرسائل والمشاركة بقوائم بريدك الإلكتروني، وتعطي أيضاً مبالغ عن وضع الإعلانات على موقعك الخاص أو مدونتك.

وآخر هذه الركائز هو المتابعة " Tracking": ونعني به قياس انتشار الحملة ومتابعة نتائجها عبر الحصول على ردود فعل الجمهور ومتابعة تعليقاتهم على مواقع التواصل والمدونات والمنتديات بخصوص الحملة، فلا بد من معرفة إن كانت الحملة قد حققت هدفها أم لا، ولا بد من تقليل الخسائر أو تغير الشعار في حالة

الحصول على ردود فعل سلبية، فالمتابعة ثم المتابعة هي السبيل الوحيد لضمان النتائج أو تعديلها في أسوأ الحالات.

قوة انتقال الكلمة عبر فأرة الحاسوب Word –of-Mouse :

يعتمد التسويق الإلكتروني الفيروسي على مفهوم قديم وهو قوة انتشار الشائعات عبر الناس من فم لآخر، وهو ما عرف بمصطلح Word –of-Mouth، ليستبدل مع ظهور التسويق الإلكتروني عبر مواقع التواصل إلى Word –of-Mouse ، أي الاعتماد على ضغطات مستخدمي تلك المواقع لنشرها عبر الشبكات الاجتماعية كافة وبنقرة فأرة الحاسوب لمرة واحدة تكفي لإرسالها للملايين من البشر، لكي يعرف العالم بأسره عن منتجك أو خدمتك، وكل ذلك بفضل قوة التسويق الفيروسي.

ويضرب مثالاً على قوة الـ Word –of-Mouse بسرد كيفية انتشار كتاب هاري بوتر والذي تشاركت ناشرته مع سبعة أشخاص فقط وطلبت منهم رأيهم فيه بصراحة، وعقب قراءتهم له كتب السبعة تعليقاتهم بخصوص الكتاب ونشروها على صفحاتهم الشخصية عبر الفيسبوك، وقد كانت إيجابية ومشجعة على قراءته، ومن ثم بدأ المحيطون لشبكتهم بقراءته ونشر تعليقاتهم بدورهم، وهكذا حتى تطور الأمر من سبعة أشخاص قرؤوه إلى ٣٥٠ مليون شخص بأقل من سنة على صدوره، ليصبح ظاهرة تدرس في علم التسويق الإلكتروني.

إدارة الشركات في عصر الشبكات الاجتماعية

إن إدارة الشركات والمشروعات قد تغيرت في القرن الأخير كثيراً بسبب تغير التكنولوجيا الداعمة للمشاريع والتجارة كما حدث مع ظهور النهضة الصناعية والتطور الصناعي والذي فرض إيقاعاً سريعاً لنمط الإدارة الجديد، وقد تطور نمط الإدارة مع ظهور تقنية الإنترنت وانصهار العالم في بوتقة الشركات متعددة الجنسيات ورأس المال الأجنبي وأفكار العولمة الاقتصادية، وأصبح أسلوب الإدارة أكثر فعالية وديناميكية مع التغيرات السريعة في عالم الأعمال، سواء أكانت الشركات كبيرة أم صغيرة، فإن تغيير نمط الإدارة ليتناسب مع متغيرات الصناعة والتجارة هو ضرورة كبرى.

أما اليوم وفي زمن ازدهار الأعمال الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فإن نمط التعاطي مع هذه الظاهرة وإدارة العمل عبر مواقع التواصل قد تغير أيضاً، ومن قام بإعادة هيكلة شركته وأقلمة أسلوب الإدارة مع هذه الظاهرة الجديدة فقد استفاد أيما استفادة وازدهرت أعماله الإلكترونية، أما الشركات التي رأت في هذه الظاهرة عبارة عن تسلية شباب وليس منجماً من مناجم الذهب الافتراضي ، فإنها لم تهيأ أعمالها وهياكلها للتأقلم والاستفادة من مواقع التواصل وبالتالي بقيت متخلفة عن ركب التجارة الجديد، فالفرص في عالم التجارة الإلكترونية مفتوحة لمن يتكيف بسرعة معها.

فوائد استخدام أدوات ومواقع الشبكات الاجتماعية في إدارة الشركات:

الجميع في عالم الأعمال الإلكترونية اليوم يستفيد من ظاهرة مواقع التواصل الاجتماعي، سواء كانت تلك الاستفادة بزيادة التعرض إلى المستهلكين المحتملين وجذبهم إلى الموقع الرئيسي للشركة من خلال التسويق الإلكتروني وبيعهم المنتجات مباشرة من الموقع وبالتالي زيادة المبيعات والأرباح الكلية ، أو من خلال استخدام تقنيات وأدوات مواقع التواصل لتحسين أسلوب إدارة الشركة وتقليل

الكلفة الكلية للمصروفات التشغيلية بها.

ومن أهم فوائد استخدام أدوات ومواقع الشبكات الاجتماعية في إدارة الشركات، نسرد الآتي:

١-زيادة فعالية أداء الشركة أو المؤسسة أو المشروع؛ إن استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في إدارة المشروع وتسويق المنتجات الخاصة به ، يعمل على زيادة كفاءة الشركة وتسريع فاعلية تأقلمها بسرعة أكبر مع المتغيرات والظروف المحيطة.

٢-تقليل تكاليف التشغيل والمصروفات الإدارية؛ فاستخدام أدوات مواقع التواصل والتي تدعم إدارة الشركات، مثل استخدام السكايب للتواصل في اجتماعات مبثوثة حول العالم من خلال تقنية اتصال الفيديو والصوت الذي يوفرها، كذلك استخدام مواقع التواصل لتخفيض تكاليف التسويق والدعاية كما رأينا سابقاً، فإن كل ذلك في النهاية يعمل على تخفيض التكاليف الكلية للشركة.

٣-زيادة الأرباح الكلية وحقوق المساهمين؛ وذلك من خلال تخفيض تكاليف الإدارة التشغيلية واستغلال مواقع التواصل.

٤-تبسيط هيكلة المؤسسة أو الشركة وجعلها أكثر أفقياً؛ فالهيكل الإداري التقليدي ذو النمط العامودي والذي يعاني من الكثير من البيروقراطية وعدم الانحدار السريع والسلس للإدارة من القمة إلى القاع أو التعليقات والاقتراحات الواردة من القاع إلى القمة، فإن هذا النمط الإداري لا ينفع مع شركات الأعمال الحديثة والتي تتعاطى أعمالها عبر الإنترنت، أما مع أدوات مواقع التواصل والتي تسهل وتبسط الاتصال والتفاعل بين القمة والقاعدة لتجعل التداخل الإداري سمة مميزة لهذا النمط الأفقي في الإدارة حيث تناقل الأوامر و التوجيهات أسرع وأسلس بفضل التقنية، فإن من شأن كل ذلك البساطة في الإدارة أن تزيد من

فاعلية المؤسسة وتقلل من تكاليف الاجتماعات والتعميميات وغيرها من الأمور التقليدية في الإدارة والتي بدأت تنحسر شيئاً فشيئاً مع نمو التواصل التقني الجديد.

٥- تشجيع الإبداع والابتكار في بيئة العمل؛ من شأن سهولة التواصل وخصوصيته والتي توفرها مواقع التواصل أن تزيد من عملية الإبداع واقتراح منتجات جديدة من قبل محيط الشبكة التي يكون أفراد الشركة من ضمنها، كذلك فإن من شأن اكتشاف منتجات تناسب التسويق عبر مواقع التواصل أن يعمل على تشجيع الابتكار والتفكير المبدع للأفراد داخل الشركة.

٦-التركيز أكثر على خدمة الزبائن والحفاظ عليهم؛ فعندما تقوم الشركات والمؤسسات بإنشاء صفحات لها على مواقع التواصل كالفيسبوك ولينكدإن وغيره، فإنها تقترب أكثر من مستهلكيها وتعطيهم نافذة للتواصل معهم مباشرة دون حواجز، وللاستماع إلى شكواهم مباشرة دون صندوق حاجز، والاستفادة من اقتراحاتهم، وبالعكس فإن المستهلكين يشعرون أن الشركة تهتم بهم وأن خدمة الزبائن قد تحسنت وأصبحت على صعيد شخصي، واليوم يوجد برامج خاصة للتواصل مع المستهلكين عبر مواقع التواصل، حتى يوجد مراكز خدمة للزبائن متكاملة عليها.

٧-زيادة كفاءات ومهارات العاملين في الشركة؛ فعندما يتعامل الموظفون مع تقنيات مواقع التواصل ويتدربون عليها أو يتدربون من خلالها على تعلم المزيد من المهارات الخاصة بمهنتهم، فإن من شأن هذا التدريب والتفاعل مع التقنية أن يعمل على زيادة كفاءتهم وإبداعهم، ومع الوقت سيتحسن منتوج العمل الكلي الصادر عنهم.

٨- تحسن إدارة الموارد البشرية؛ حيث إن استخدام مواقع التواصل للتفاعل مع العاملين في الشركة وتبسيط الاستماع إلى اقتراحاتهم ومطالبهم وشكاويهم، مما

يعمل على تسهيل مهمة إدارة الموارد البشرية في المؤسسة ويزيد من كفاءتها.

٩-تحسن ظروف العمل الكلية؛ حيث إن تبسيط التواصل والتشجيع على الإبداع والابتكار وزيادة مهارات العاملين، كل ذلك من شأنه أن يعمل على تحسين ظروف العمل الكلية و تشجيع العاملين على البقاء لمدة أطول ضمن كوادر الشركة، وبالتالي تقليل كلفة التدريب والاستبدال.

إدارة التغيير والتطوير التنظيمي لمنشآت الأعمال الإلكترونية:

ليست كل الشركات مهيأة للعمل فوراً وفق قواعد الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، بل إن العديد من المؤسسات تواجه مشكلة في تأقلم هياكل الإدارة والموظفين مع التعاطي مع هذه الظاهرة الحديثة والتي تتطلب تغيير العقلية الإدارية السائدة كلياً للتأقلم مع الأسلوب السريع والمبتكر لهذه الظاهرة الحديثة، وقد تواجه الإدارة العليا مقاومة من الأفراد عند محاولة تطوير الشركة ونقلها إلى عصر الشبكات الاجتماعية، مما يتطلب إدارة هذا التغيير وتوجيهه بأسلوب سلس لتجنب المواجهة والانتقال بسهولة ويسر لتطوير عمل الشركة وهو ما يعرف بإدارة التغيير والتطوير التنظيمي "Change Management" وسنذكر أهم المراحل[1] اللازمة للقيام بذلك التغيير لمنشآت الأعمال الإلكترونية في هذا السياق وفق الآتي:

المرحلة الأولى: وهي مرحلة التخطيط للتغيير؛ وتشمل وضع الخطط الأولية للتغيير، وتوضيح الأهداف النهائية، وتعيين أدوار الأشخاص المعنيين بتنفيذ عملية التغيير، وكذلك تحديد الأدوار الجديدة للعاملين في مرحلة ما بعد التغيير، تحضير طلبات التغيير والشراء والاختبارات اللازمة، واختيار الأنظمة والتكنولوجيا

(1) McNamara, Carter, Organizational Change and Development (Managing Change and Change Management), http://managementhelp.org,

المناسبة لمرحلة ما بعد التغيير، وأهم نشاط في هذه المرحلة هو إيصال خبر التغيير وأهدافه بوضوح للعاملين في المؤسسة حتى لا تنتشر الشائعات ويبدأ الذعر يدب في أوصال العاملين.

المرحلة الثانية: وهي مرحلة الاكتشاف؛ وفيها يتم اكتشاف الطريقة الأنسب لتنفيذ التغيير وتحديد الأولويات التي يجب معالجتها في عملية التغيير، كذلك تحديد الأسلوب الأفضل للإدارة في مرحلة ما بعد التغيير، وكذلك الحصول على اقتراحات العاملين وآرائهم بخصوص عملية التغيير والطريقة الأنسب بنظرهم، ومحاولة التعرف على مخاوفهم ومعالجتها أولاً بأول ، وإشراكهم في عملية التنفيذ مما يؤدي إلى حماسهم للفكرة بالنهاية.

المرحلة الثالثة: وهي مرحلة التنفيذ؛ وتشمل التعاون المؤسسة والعاملين فيها من أجل تنفيذ الخطط لتحقيق أهداف التغيير، وفيها يحدث تدريب العاملين وتهيئتهم لإحداث التغيير وللتعامل مع تقنية الشبكات الاجتماعية والتواصل الإداري عبرها، ويتم متابعة نشاط التنفيذ ومواجهة التحديات والتركيز على أولويات التغيير.

المرحلة الرابعة والأخيرة: إحداث التغيير وتقييم عملية التغيير؛ وبهذه المرحلة يتم إحلال الأنظمة والتكنولوجيا والإجراءات الجديدة محل القديمة، والبدء بتنفيذ الأعمال عبر مواقع التواصل، وارتفاع نشاط المؤسسة وكفاءتها شيئاً فشيئاً للمستوى المطلوب، كما تشمل مرحلة التقييم ما بعد التغيير الذي حدث، للتأكد أن أهداف التغيير قد وقعت وأن التغيير قد جرى بسهولة ويسر.

تحديات وأمور يجب الانتباه لها في إدارة الشركات عبر المواقع الاجتماعية:

هنالك أمور وتحديات[1] يجب أن تنتبه لها جميع الشركات والمؤسسات الراغبة في دخول مضمار الاتجار والإدارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، وتتركز حول ثلاثة أمور رئيسية:

أولاً: التعرف على حدود التكنولوجيا؛ لا بد من معرفة حدود ما يمكن أن تقدمه مواقع التواصل كمزايا للأعمال الإلكترونية، فلا بد من تحديد الهدف من وراء استخدام تكنولوجيا مواقع التواصل، ولا بد من تهيئة العاملين للتعامل معها ومع الزبائن من خلالها.

ثانياً: تغير أدوار الإدارة؛ إن تواصل الموظفين بعضهم مع بعض ومع الإدارة عبر تلك المواقع، من شأنه أن يفرغ الإداريين لمزيد من المهام الجديدة والتي يتطلبها العمل عبر هذه المواقع، وبالتالي فإن هذه الأدوار الجديدة تتطلب تدريباً وتأقلماً وهكذا، وإن لم تتم معالجة هذا الموضوع من ضمن أهداف التغيير فإن الشركة قد تواجه صعوبة في التأقلم مع واقعها الجديد.

ثالثاً: تداخل حدود اللهو مع العمل؛ عندما تم تقديم مواقع التواصل الاجتماعي إلى العالم، فإن الغرض الرئيسي منها كان من أجل التواصل مع الأهل والاستمتاع واللعب، ولذلك من الصعب تصور قيام الإدارة أو الموظفين باستخدامها من اجل تنفيذ المهام اليومية المنوطة بالعمل، ولذلك فإنه من المهم أن يتناول التدريب موضوع الفصل بين اللهو والعمل عبر مواقع التواصل، وكذلك التركيز على استخدامها للترويج للسلعة والتواصل مع الزبائن، عوضاً عن اللهو أو التواصل مع الأقارب، أثناء ساعات العمل الرسمي على أقل تقدير.

---

(1) Birkinshaw, Julian , What happens when social networking collides with the corporate Intranet Blog, London Business School BSR, http://bsr.london.edu, 3/8/2011

من الممكن إدارة الشركة بالكامل من خلال صفحتها عبر موقع التواصل الاجتماعي، فيمكن ترويج المنتجات عبر الصفحة، والبيع مباشرة منها، ومتابعة المبيعات وحجم الزيارة للموقع عبر برامج خاصة بإحصائيات الموقع، وكذلك تواصل الموظفين مع الزبائن وتقديم الخدمة لهم عبره أيضاً، وتواصل الموظفين بعضهم مع بعض وعقد الاجتماعات من خلال أدوات خاصة كبرامج التحادث عبر سكايب، ويمكن تخزين الملفات العامة وجعلها متاحة للمجموعة الخاصة بالعمل فقط من خلال المنتديات أو من خلال خدمات جوجل، وفي النهاية يمكن للإدارة أن تتابع نشاط العمل والتواصل مع الموظفين والزبائن مباشرة من خلال تلك المواقع وأدواتها، مما يخلق نموذجاً متكاملاً للعمل عبر الإنترنت، ويوفر التكاليف بشكل كبير ويتيح للمشروعات الصغيرة إنشاء صفحات لها لتباشر أعمالها فوراً بدون تعقيد الشركات التقليدية.

كما لاحظنا فإن أسلوب إدارة الشركات والمشروعات والمؤسسات عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي قد تغير مع هذه التقنيات الجديدة، وبالتالي فإن أسلوب التواصل مع الجمهور وإطلاق تصريحات الشركة عن منتجاتها أو نشاطها قد اختلف،كذلك فإن طريقة عرض العلامات التجارية وإبراز هوية الشركة والحفاظ على صورتها عبر مواقع التواصل الاجتماعي قد تغيرت أيضاً، مما يستلزم معرفة الأسلوب الجديد في إدارة صورة أو سمعة المؤسسة في عالم الشبكات.

قواعد إدارة العلاقات العامة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم إدارة العلاقات العامة عبر الإنترنت قد تأثر كثيراً بظاهرة التواصل الاجتماعي ومواقعه، وقد عرف مصطلح إدارة العلاقة العامة الإلكتروني أو Online PRأو web2.0 PR مع بداية إنشاء شركات إلكترونية وإطلاق التصريحات العامة عبر مواقعها على الإنترنت، ويعنى به إدارة علاقة الشركة مع زبائنها وإدارة صورة الشركة في نظرهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو غيرها من مواقع على الانترنت.

ومع ازدياد جمهور الشبكات الاجتماعية وانتقال العديد من الشركات للتواصل مع جمهورها من خلال تلك المواقع، وبسبب حساسية ذلك الجمهور وسرعة انتقال الشائعات أو الأخبار الخاطئة في أوساطه، مما من شأنه أن يقضي على سمعة الشركة إن لم تبادر في التأقلم مع قواعد إدارة العلاقات الجديدة، ومن أهم تلك القواعد[1] ما يلي:

١-عدم إرسال تصريحات عن الشركة بشكل صغير وخجول؛ فعندما ترسل

---

(1) Scott, David, The New Rules of Marketing and PR, John wiley and sons , Canada, 2007

الشركة التصريح، وتعممه على أكبر عدد من مواقع التواصل والمنتديات وصفحات الفيسبوك والمتابعين لها على التويتر، عوضاً عن إرسال التصريح أو الإعلان لعدد محدد من المواقع الإخبارية والجرائد، وبالتالي فإنها ستستفيد من قوة الشبكات الاجتماعية في نشر الأخبار بشكل سريع ومجاني.

ملاحظة للقارئ: لقد استفدت شخصياً من قوة الشبكات الاجتماعية في نشر التصريحات والأخبار المروجة لسمعتي الافتراضية، فعندما صدر كتابي السابق في العام ٢٠١١ عن دار النفائس بعنوان "عالم الفقراء الجدد: كيف غيرت الأزمة المالية النظام الاقتصادي العالمي والإسلامي و العربي"، أرسلت تصريحاً يتضمن نبذة عن الكتاب وعني ككاتب بالإضافة إلى وصلة إلى مدونتي الشخصية، وأرسلتها إلى المواقع الإخبارية ووكالات الأنباء ومواقع التواصل عبر الفيسبوك وتويتر ولينكدإن بالإضافة للمنتديات والمدونات الأخرى، وقد نجم عن ذلك انتشار واسع لخبر إصدار الكتاب عبر المواقع ومن منتدى لآخر، وهكذا حتى صار يخرج في النتائج الأولى لجوجل وياهو وكذلك وضع المعجبون صفحة له على ويكابديا ومجموعة على الفيسبوك.

٢-عدم إرسال تصريحات مملة؛ عوضاً عن وضع تصريح رسمي ممل ينشر على صفحات المواقع الإخبارية، على الشركات أن تحاول إرسال بيان يستسيغه جمهور المستهلكين والزبائن الذين تطمح لهم.

٣-التركيز على مصطلحات رئيسية جاذبة؛ عند كتابة بيان التصريح الخاص بالشركة ونشاطها، فإنه من الأفضل التركيز على مصطلحات محددة ورئيسية، الهدف منها إرسال الرسالة بشكل واضح ومحدد، وبالتالي لا يضيع الجمهور في كلمات كثيرة ومتضاربة في البيان المرسل، بل رسالة واضحة ومحددة، جاذبة ومثيرة في آن واحد.

٤-إضافة وصلات إلى البيان المرسل؛ إن التصريح المعمم على المواقع يجب أن

يحتوي على وصلات تنقل القارئ إلى صفحة موقعك الرئيسي وبالتالي تزيد الحركة على موقعك الإلكتروني وتستفيد من حجم الدعاية الخاصة بالتصريح المرسل.

٥-استغل التصريح لزيادة ظهور اسم الشركة ضمن نتائج محركات البحث كجوجل وياهو.

٦-روج لسمعة الشركة ومنتجاتها ضمن التصريح؛ عن البيان المرسل لا بد أن يحتوي دوماً على معلومات إيجابية ومفيدة عن الشركة ومنتجاتها، وذلك للحفاظ على صورة الشركة والترويج لسمعتها الطيبة بين مستخدمي مواقع التواصل، وهم بدورهم سينقلون هذه الصورة لشبكتهم.

إن من شأن استخدام الشركات والمؤسسات الراغبة في العمل عبر مواقع التواصل لهذه القواعد، من شأنه أن يساعدها على الترويج لسمعتها ومنتجاتها، كذلك من شأنه أن يساعدها على إبراز صورة معينة عن المؤسسة ونشر تلك الصورة في العالم أجمع وبأقل التكاليف.

الحفاظ على سمعة الشركة وصورتها التجارية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

إن الحفاظ على سمعة الشركة وصورتها الإيجابية في أذهان الناس والمستهلكين بشكل خاص، هو من صلب إدارة العلاقات العامة، والأمر لا يختلف في الحفاظ على تلك السمعة أو الصورة أو العلامة التجارية عبر مواقع التواصل على الإنترنت في أذهان المشتركين في تلك المواقع والمنتديات، فيجب كتابة التصريحات وإرسال الحملات الدعائية الداعمة لتلك الصورة، وكذلك يجب فتح قنوات اتصال مباشرة مع الجمهور عبر مواقع التواصل للحفاظ على العلاقة مع الزبائن وتطويرها.

وكذلك الأمر عندما يتعلق في الدفاع عن هذه الصورة من الشائعات والأقاويل والتي من الممكن أن تهدم بثوان ما بنته الشركة خلال عقود، خاصة مع تشابك

مواقع التواصل وخدمات RSS والتي تنقل الخبر بثوان لكافة المستخدمين، وعندما يحدث أمر سيِّئ أو خطأ من قبل الشركة، فلا بد من تداركه بسرعة وبصراحة عبر مواقع التواصل للتقليل من أثر هذا الخبر السيئ، وإلا فإن النتيجة قد تكون سيئة كما حدث مع شركة تويوتا بخصوص الأعطال في سيارات الهايبرد عام ٢٠١٠، عندما ترددت في الرد سريعاً وتبيان الخطأ عبر مواقع التواصل والأنباء، مما فاقم من حجم المشكلة.

دور مواقع الشبكات الاجتماعية في دعم الموارد البشرية وإدارتها

إن لمواقع التواصل الاجتماعي دوراً مهماً ورئيسياً في تطوير الموارد البشرية، سواء كان ذلك من خلال تطوير وتدريب الكوادر البشرية، أو من خلال دعم إدارة تلك الموارد، وبالنهاية فإن الخدمات المقدمة عبر مواقع التواصل قد ساهمت كثيرا في ذلك التطور المتعلق بأهم مكونات الأعمال ألا وهو الإنسان.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم التعليم والتدريب:

لقد قدمت مواقع التواصل الاجتماعي خدمات كثيرة في مجال دعم التعليم، فقد عملت على إيصال المعلومة إلى مختلف بقاع العالم وبأقل التكاليف، وبأساليب متعددة لنقل تلك المعلومة، فاليوم يوجد أفلام تعليمية وتدريبية مجاناً على اليوتيوب وفي مختلف المجالات العلمية والمهنية، كما يوجد الآلاف من مواقع التعليم والصفحات الإرشادية على الفيسبوك وغيره، كل ذلك ساهم في تسهيل الوصول إلى المعلومة من أجل البحث أو إثراء المهارة الشخصية.

ومن خلال مواقع التواصل يستطيع العديد أن يتشارك الرأي عن موضوع معين والاستفادة من الخبرات المتنوعة والمتعددة لـملايين المشتركين عبر شبكتك الخاصة، مما يفضي إلى تبادل الخبرات والمعرفة حول موضوع أو مشكلة معينة.

كذلك قللت مواقع التواصل من تكاليف التعليم، وخففت من أعباء التدريب على إدارة الموارد البشرية وذلك بتوفير مواقع تدريب إلكترونية مباشرة وغيرها من الأساليب التي خفضت من تكاليف التدريب والتأهيل على الشركات.

ومن المعروف أن الإسهام في تأهيل العاملين وتدريبهم يعمل على زيادة كفاءتهم التشغيلية، وبالتالي زيادة الإنتاجية العامة بالمدى البعيد، ونهاية زيادة الأرباح وهو المطلوب.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في دعم سيرتك المهنية:

إن بناء سيرة مهنية للمرء يتطلب عمراً كاملاً وتعليماً ومجهوداً مستمراً لاكتساب الخبرات اللازمة، ولكن مع وجود مواقع التواصل الاجتماعي فإن بناء سيرة ذاتية وسمعة مهنية صار أسهل من ذي قبل، وذلك لكون الشبكات الاجتماعية توفر العديد من المزايا الخاصة ببناء صفحات شخصية مميزة ومهنية تعلن بها عن نفسك إلى العالم بأسره، وتعرض خبرتك على الملايين من الأشخاص المهنيين وشركات التوظيف، كان يلزمك لتتعرف عليهم بالطرق التقليدية عشرات السنين.

وهنالك وسائل[1] فعالة لضمان إبراز سيرتك المهنية بطريقة محترفة وقابلة للنشر عبر مواقع التواصل وذلك من خلال اتباع التالي:

أولاً: قم بإنشاء صفحات تعريفية بك وبسيرتك المهنية على مواقع التواصل كلينكدإن والفيسبوك وغيره، ولكن إنشاء صفحة شخصية بطريقة محترفة ومهنية تعبر بشكل فعال عنك يتطلب خطوات أساسية أهمها:

١-ابحث عن نفسك في محركات البحث كالجوجل قبل أن تنشأ صفحة لتجد ما قيل عنك في المواقع، وإن كانت التعليقات سلبية أو هنالك صوراً محرجة، قم بإزالتها أو إضافة تعليقات إيجابية عنك، حتى تضمن أن تبقى سمعتك الافتراضية عطرة ومهنية.

٢-حدد أهدافك والطريق المهني الذي ستسلكه، وماذا تريد أن يكون هدف الصفحة المعرفة عنك.

٣-تحدث عن مهاراتك ومميزاتك المهنية والتعليمية وغيرها من الأمور التي من

---

(1) Dane and Ellen Sautter, Find a Job Through Social Networking, Crompton, second edition, Just Works, USA, 2011

شأنها أن تروج لك.

٤-كذلك تحدث عن تجارب أو تحسينات في عملك قمت بها في عملك الحالي أو السابق وذلك لكي تثبت مهاراتك المختلفة للمطلع على صفحتك.

٥-حاول أن تسرد أخباراً شخصية عنك وعن هواياتك، ولكن لا تسرد أخباراً محرجة لا تستطيع أن تشارك بها أحد من الناس.

ثانياً: اعمل على توسيع شبكة معارفك من المهنيين ومن الخبراء في مجال عملك؛ حيث إنه من خلال مواقع التواصل الاجتماعي تستطيع أن تنمي علاقاتك وأن توسع من عدد معارفك من المهنيين والخبراء في مجال تخصصك، وتستطيع أن تعمل ذلك من خلال:

أ-الاشتراك بلينكدإن وإنشاء صفحة شخصية تعرف عنك وعن تخصصك المهني وخبراتك؛ حيث إن موقع اللينكدإن من أكبر المواقع التي تحتوي على الملايين من المهنيين والخبراء في جميع التخصصات حول العالم، وهذا الموقع يعتبر أرضاً خصبة للتعرف والاحتكاك بأولئك الخبراء، وبالتالي الاستفادة من خبراتهم وعلاقاتهم على صعيد شخصي ومهني.

ب-قم بإرسال الدعوات للتعرف على جميع المهنيين ضمن شبكتك، واجعل موضوع التعرف للمشاركة في الخبرات أو على سبيل السؤال بعد الإشادة بخبرة الشخص، واجعل علاقتك معه مهنية في البداية ومن ثم شخصية، ولا تحاول أن تدخل المصالح الشخصية منذ البداية فيها.

ج-شارك خبرتك مع كل من يسألك فأنت لا تعرف من يطلع على صفحتك المهنية ومن يستعين بخبرتك.

د-إن العدد المثالي للخبراء والمهنيين ضمن شبكتك الخاصة للتواصل، يتراوح بين الخمسين إلى المائة وخمسين شخصاً بحسب خبراء التوظيف في الشبكات الاجتماعية .

ثالثاً: قم بتسهيل التواصل والاتصال معك عبر الشبكات الاجتماعية، وذلك من خلال إضافة الوصلات المؤدية إلى صفحاتك الخاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كذلك قم بتسهيل التواصل مع الغير من خلال تعريف الناس ببعضهم البعض عبر شبكتك الخاصة من المعارف.

رابعاً: تذكر آداب التواصل الاجتماعي مع الآخرين؛ فالتواصل مع الغير عبر الشبكات الإلكترونية لا يعني أن آداب الحديث العادي لا تنطبق عليها، بل يجب أن يكون أسلوب تواصلك مع المهنيين لبقاً ومحافظاً، وأن لا تستخدم لغة مسيئة حتى مع من يختلف معك في الرأي، وتذكر أن السمعة الطيبة على الويب هي ثروة لا تقدر بثمن.

خامساً: قم بإنشاء مدونة أو صفحة على التويتر مهنية خاصة بمجال تخصصك؛ حيث بإنشائك لتلك الصفحة فإنك تقوم بنشر خبرتك مع المعلومة وبالتالي فإن الناس سيثقون بتلك الخبرة ويزداد انتشارك، كذلك فإن قيامك بإرسال تدوينات تحتوي على معلومات مفيدة في مجال عملك لجميع المهتمين عبر التوتير، سيعمل على توسيع انتشارك وستستفيد حتماً من هذه السمعة الطيبة.

في النهاية إن ما يهم هو توسيع دائرة من سمعوا بك وبخبرتك المهنية وبالتالي الاستفادة من تلك السمعة الافتراضية أو علامتك التجارية الخاصة بك كمهني محترف، فمواقع التواصل الاجتماعي توفر أدوات تعطي قوة انتشار كبيرة لمن يعرف استغلالها.

العثور على عمل من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

إن العثور على عمل من خلال مواقع التواصل صار أيسر بكثير، خاصة مع مواقع متخصصة في التوظيف ومواقع التواصل المهني كلنكدإن أو غيره، فالاحتكاك والتعرف بمدراء التوظيف في الشركات مباشرة، أو التقدم للوظائف

مباشرة من خلال خدمة قوائم الأعمال المتاحة على موقع لينكدإن، كل ذلك يَسَّرَ من العثور على وظائف خاصة للمهنيين، وفتح أبواباً عالمية للتوظيف لم تكن متاحة من قبل.

وكذلك فإن المؤسسات وشركات التوظيف تستطيع أن تبحث عن الخبراء والمهنيين المتخصصين في مجال معين من خلال تلك المواقع، والتعاقد معهم مباشرة أو الاستفادة من خبراتهم من خلال سؤالهم في حلول مشاكل معينة وهكذا.

حيث يعتقد خبراء التوظيف أن التعاقد عبر المعرفة الشخصية أو شبكة معارف المرء، تشكل مابين ٧٠-٨٥ ٪ من حالات التوظيف في العالم، مما يدل على أهمية الشبكات الاجتماعية في مجال التوظيف على مستوى العالم بأسره، حيث إن واحداً من كل عشرين مشتركاً يعمل في التوظيف.

إن مواقع التواصل الاجتماعي قد عملت على دعم المستقبل المهني للملايين، كذلك عملت على تسهيل التواصل بين إدارات الموارد البشرية وبين موظفيها من خلال فتح قنوات جديدة للتواصل.

لا تزال التجارة الإلكترونية في العالم أجمع في البدايات، بل بعض الخبراء يرونها في مرحلة الطفولة المبكرة مع الانتشار الكبير لمواقع البيع الإلكتروني وبوابات التسوق وبرامج التبادل التجاري والمالي وغيرها من التطبيقات، فهم يرون أن نموها الحالي وإن كان مستمراً ومتصاعداً، لا يعبر عن الإمكانات الحقيقية لهذه التجارة، وأنها ما تزال في مرحلة الانطلاق، بل هي أشبه بصاروخ يستعد للانطلاق نحو السماء.

وذلك لأنهم يتوقعون ازدياد أعداد المستهلكين من جيل الشباب والقادرين على التسوق عبر الإنترنت، كما يتوقعون أن تحدث نهضة كبيرة في التجارة الإلكترونية مع ازدياد أعداد المتاجر الإلكترونية وبوابات التسوق ومواقع الشبكات الاجتماعية الداعمة للتسوق عبرها، فهم يرون أن نسبة النمو ستنتقل من معدلها الحالي والذي يتراوح بين ٥-٨٪ سنوي حتى تصل إلى ٢٠٪ سنوي في الربع القادم من القرن الحالي، كما سيصبح أكثر من نصف سكان الأرض خاصة في العالم المتقدم يتسوقون معظم حاجياتهم من الإنترنت، وستتحسن بالتالي خدمات ما قبل وبعد عملية البيع، وستتوفر جميع الحاجيات عبر المواقع، وستشاهدها بحجمها الحقيقي من خلال خاصية الصور ثلاثية الأبعاد والهولوجراف وغيرها من التقنيات، كما أن الدفع سيصبح أسهل من خلال حسابات شخصية بنكية فورية يتم التحويل منها بالصوت فقط وإتمام عملية الشراء، وسيصبح إيصالها للمستهلك النهائي مضموناً دوماً في أقل من ٢٤ ساعة، ولتصبح الشركات معتمدة كلياً على تجارتها - من التصنيع والتخزين وحتى البيع والتسويق وانتهاء بخدمة الزبائن والتوصيل والصيانة- عبر الإنترنت ولتصبح نماذج بوابات التسوق والمولات الإلكترونية مثل EBay و Netflix وAmazon معممة ومنتشرة في كل دول العالم وبالأخص الغربي والشرق آسيوي منه[1].

---

(1) Mitra, Sramana , The Future Of E-Commerce , Forbes.com, 5/1/2009.

وللأسف فإن التوقعات بشأن ازدهار التجارة الإلكترونية في الوطن العربي ما تزال متشائمة، لأسباب ذكرناها كثقافة المستهلك والشركات وضعف البنى التحتية الداعمة..إلخ، ولكن من المتوقع أيضاً أن تزدهر التجارة الإلكترونية ولكن بمعدلات أقل من نظيرتها الغربية، وسيزداد عدد الشركات وبوابات البيع القائمة في الفضاء الإلكتروني ولكن بنسبة أقل من الغرب.

وحتى تنتشر ثقافة الشراء والبيع عبر مواقع التواصل فإن الحل الوحيد يبقى في التركيز على التسويق الإلكتروني وتقديم العروض عبر مواقع الإنترنت لتشجيع المستهلكين على التعامل بهذا النوع من التجارة، كذلك تهيئة الشركات وموظفيها للتأقلم مع مستقبل عمليات التبادل التجاري، والتي ستطغى على العالم بأكمله، ونكره أن نرى العالم العربي متخلفاً في هذا المجال أيضاً مع انخفاض تكلفة إنشاء مواقع للتجارة والتسويق الإلكتروني وسهولة الترويج للمنتجات لجمهور الشباب العربي بشكل خاص والمستهلكين بشكل عام المتحمسين عبر مواقع التواصل وغيرها، فمن يسعى منذ الآن ليملك زمام التجارة الإلكترونية في المستقبل، هو من سيتحكم بطريق التجارة الإلكترونية العالمية الحريري.

الفصل الرابع

البعد السياسي للشبكات الاجتماعية

"نحن أمة من الفيس بوك والجوجل "

الرئيس الأمريكي، باراك أوباما، واصفاً لأهمية مواقع التواصل في التغيير أمام الكونجرس الأمريكي، في خطاب حالة الأمة، ٢٠١١/١/٢٥

مواقع التواصل الاجتماعي: منبر من لا منبر له

إن نشأة مواقع التواصل الاجتماعي كما نعرفها اليوم، كانت من خلال التعليقات السياسية المكتوبة على صفحات الأخبار الإلكترونية ومواقع وكالات الأنباء الغربية، وكذلك الأمر بالنسبة لنشأة المدونات والمنتديات، والتي كان السبب من وراء إنشائها هو ملل الجمهور من كثرة تضارب الأنباء وتخبطها عقب أحداث الحادي عشر من سبتمبر، ورغبتهم في معرفة الحقيقية، وكذلك رغبة الآلاف من الأمريكيين التعبير عن غضبهم وآرائهم فيما حدث، مما اضطر عدد من الصحفيين أن ينشئوا تلك المدونات الخاصة بهم لنشر وجهة نظر مغايرة لتلك السائدة في الإعلام الرسمي والخاص في الغرب في تلك الفترة، والذي كان متأثراً وتابعاً لوجهة نظر الحكومة الأمريكية برئاسة بوش الابن آنذاك، والتي تخبطت كثيراً في تصريحاتها حول ما حدث، مما اضطر العديد للتعبير عن آرائهم بطرق أخرى غير تقليدية، أي غير الكتابة في الصحف الرسمية والخاصة والتي عادة ما كانت ترفض نشر آراء مغايرة لتلك السائدة، ومن هنا بدأت المدونات تؤدي دوراً جديداً في عالم الإعلام الحر والتعبير السياسي كقناة حرة للتعبير عن الرأي، ولتكون منبر من لا منبر له.

ولقد تطور دور مواقع التواصل الاجتماعي خاصة مع دخول أدوات جديدة كخدمات البث المباشر لأفلام الفيديو مجاناً عبر اليوتيوب والصفحات المخصصة للأخبار والسياسية والتعليق عليها عبر الفيسبوك والمدونات الخاصة، لتصل حرية التعبير عن الرأي إلى مستويات لم تكن لتصلها لولا خدمات مواقع التواصل الاجتماعية، وسهولة إضافة التعليق أو التحديث أو كتابة الخبر على الموقع، ومن ثم سرعة انتشاره عبر وسائط التواصل الأخرى، ليقرأه أو يراه الملايين حول العالم وبكل اللغات، مما يعرض الرأي وقائله إلى انتشار غير مسبوق، لم يكن ليتعرض له لولا هذه المواقع.

ومع ابتكار وسائل جديدة ومتنوعة لدعم التعبير عن الرأي وحرية نشر المعلومات، مما دعم من انتشار الحريات وزيادة اهتمام العامة ومستخدمي المواقع للأحداث السياسية، خاصة مع ظهور أجهزة إلكترونية محمولة لقراءة الكتب والجرائد الإلكترونية والتي ازدهرت صناعتها وتجارتها في الآونة الأخيرة، كجهاز كندل وتطبيقات القراءة على الآيباد، كما برزت مواقع خاصة لنشر الوثاق السرية الحكومية الإلكترونية واستباق الخبر قبل أن تنشره المحطات الرسمية، كموقع ويكي ليكس، كل ذلك وغيره أطلق العنان لحرية التعبير والسماح بإدلاء الآراء المختلفة والتناقش بصدق وحرية.

ولقد عملت حرية التعبير تلك على تنفيذ إرادة الشعب بحق وتشكيلها سلطة مراقبة خاصة للمجتمع، وسيف الحقيقة الناطقة بتحقيق العدالة الاجتماعية والتعدد السياسي والحريات العامة وغيرها من الإصلاحات الاجتماعية والسياسية، منهية بذلك عهد الرأي الواحد بحق والذي تشكل نتيجة لعقود من الهيمنة الحكومية والمال المقرب منها على قنوات العالم الرسمية والخاصة التابعة لها، مما فتح أعين العديد من الأمم على واقع لم تعهده من قبل، وهو إمكانية التغيير ومراقبة تغول السلطات بل ومحاكمتها في بعض الأحيان من خلال قوة التواصل والتجمع والتعبير بحرية عبر مواقع التواصل وأدواتها، لتصبح مواقع التواصل عين الشعب المسلطة على أداء السلطة وصوتهم المطالب بالحرية والإصلاح، كما سنرى أهم تأثيرات تلك المواقع على الحياة السياسية من خلال هذا الفصل.

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على صناعة الإعلام:

يعتبر الإعلام المسموع والمرئي والمقروء، اللسان الناطق للسلطة السياسية، فهي التي من خلالها تتواصل الحكومات مع شعوبها، فتبلغهم بخططها من خلال النشرات الإخبارية والبرامج العامة، وتسمع شكواهم من خلال البرامج الحوارية وصفحات الشكاوي في الجرائد، ومن خلال هذا اللسان تستطيع الحكومة أن تقنع

الرأي العام نحو القبول بسياساتها الحاكمة ووتوجهه انتخاب من يدعم تلك الاتجاهات، كما تستخدمها الحكومات للدفاع عن مبادئ الأمة من الإعلام المغاير أو الرأي الآخر أو المعارضة ..إلخ.

وفي الناحية الأخرى ينظر للإعلام على أنه صوت الشعب المعبر عن رغباته وآلامه، والموصل لطموحاته وتوقعاته إلى الحكومة، فهو حلقة الوصل التاريخية بين الشعب والطبقة الحاكمة، وهو خط الدفاع الأول والأخير عن كرامة الشعوب، فمن خلاله يحشد الدعم والتأييد الشعبي لتنفيذ البرامج الحكومية ودعمها، ومن خلاله يدعى الشعب إلى التجمعات الحكومية والتأثير عليه للانتخاب.

لذلك يعتبر الإعلام جزءاً لا يتجزأ من عالم السياسة، وقد ازدادت تلك العلاقة ترابطاً مع دخول تكنولوجيا مواقع التواصل الاجتماعي في حياة الناس وتأثيرها على صناعة الإعلام وإخراج الأخبار وكتابة الجرائد والمقالات، وبالتالي تأثيرها على صناعة الحدث، ومنه التأثير على مجريات الأمور السياسية، ومن الضروري دراسة ذلك التأثير للخروج بطرق جديدة للتعاطي مع الإعلام السياسي.

الإعلام الحر الجديد:

لقد تغير الإعلام في العقدين الأخيرين تغيراً كبيراً، فمراحل التطور الطبيعي والتي مرت بها صناعة العالم المقروء (الجرائد والكتب المطبوعة) فالمسموع (الراديو) فالمرئي (التلفاز) خلال القرنين الماضيين، قد تسارعت كثيراً في العشرين سنة الأخيرة وخاصة مع بداية هذا القرن، وقد ساهم في هذا التغير المتسارع عدة عوامل، أهمها: تطور تكنولوجيا الاتصالات ونقل المعلومات، وانخفاض تكاليف البث والنشر المباشر، وتغير الأنظمة والقوانين الضابطة لصناعة الصحافة والإعلام والنشر، وتوجه تلك القوانين نحو إعطاء المزيد من حرية التعبير للناشرين والكتاب والقنوات الخاصة والعامة، وكذلك توجه العديد من

الحكومات إلى الإصلاح السياسي، ومن ضمنه إصلاح أجهزة الإعلام الخاصة والحكومية، وإعطاؤها مساحة أكبر للتعبير عن آراء الشعب.

كذلك تغير أذواق القراء والمتابعين للإعلام، وازدياد درجة المتعلمين بينهم، وازدياد أعداد من يستخدمون وسائط متعددة وحديثة للوصول إلى المعلومة أو الخبر والاطلاع عليها، كاستخدام الحاسوب أو الهاتف المحمول أو قارئ الكتب الإلكتروني وغيره من تطبيقات سهلت من عملية الوصول إلى المعلومة من أي مكان وفي أي وقت، فالإعلام اليوم لا يتوقف عن الصدور ٢٤ ساعة طيلة أيام السنة.

ويرى بعض الخبراء أن مفهوم الإعلام الجديد "New Media" يستخدم لوصف البيئة الإعلامية التي تدمج ما بين الإعلام التقليدي كالكتب والتلفزيون والراديو من جهة، والإعلام الرقمي من جهة أخرى خاصة الإعلام التفاعلي والإعلام الاجتماعي عبر مواقع التواصل[1].

وأهم ما يميز الإعلام الحر الجديد هذا عن نظيره التقليدي هو مجموعة من الخواص المميزة، أهمها:

١-المشاركة "Participation": حيث تتيح وسائل الإعلام الجديد، لجمهورها المشاركة بإضافاتهم وآرائهم عبر تسجيلها ضمن التعليقات على المواقع الإخبارية، أو بإرسال الإيملات والتويتر والمشاركة بالتصويت في البرامج التلفازية والإخبارية، بل هنالك قنوات تشجع المشاهدين على تزويدهم بالأخبار من خلال الصور و الأفلام الملتقطة عبر الموبايل وإرسالها إلى القناة لصناعة الحدث، وهو أمر لم تعهده صناعة الإعلام سابقاً، حيث من يصنع الخبر يعمل مراسلاً في الجريدة أو القناة فقط .

---

(١) إيمان، بخوش، مرزوقي حسام الدين، الويب ٠ , ٢ الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، ، جامعة باجي مختار- عنابة، الجزائر، ٢٠٠٩

٢-الانفتاح "Openness"؛ فالمشاركة وإدلاء الرأي عبر مختلف قنوات الإعلام الجديد، متاح أمام الجميع، فلا يحتاج المشارك إلى تصريح خاص للاشتراك ببرنامج تلفازي عبر الاتصال أو عبر الموقع، ولا تحتاج إلى إذن حكومي لتضيف تعليقاً على خبر ما على موقع ما.

٣-المحادثة " conversation"؛ فالإعلام الجديد وقنواته تتيح للمشاهد أن يشارك بالبرامج وأن يدلي بصوته أو يعبر عن رأيه أو أن يصنع الخبر هو، وبالتالي انتقل دور المشاهد التقليدي من متلقي إلى متحدث ومشارك، وأصبح جزءاً من منظومة المحادثة والحوار الإعلامي.

٤-المجتمع " community"؛ وسائل الإعلام الجديد وعلى رأسها المواقع الإخبارية ومواقع التواصل توفر خاصية تكوين مجتمعات إلكترونية ذات اهتمامات مشتركة، سواء كانت تلك الاهتمامات سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية، فيتجمعون حول قضية معينة ويتبادلون الآراء والنقاشات حولها، وهي سمة مميزة للإعلام الاجتماعي بمواقعه المخصصة للتواصل والتفاعل.

٥- الترابط " Connectedness"؛ فوسائل الإعلام اليوم مترابطة بعضها مع بعض، فالحدث يصور بالشارع ويوضع على اليوتيوب، ومن ثم تلتقطه قنوات الأخبار وتبثه مع التحليل، ومن ثم تلتقطه المواقع الإخبارية ومن خلال خدمات متنوعة مثل الـ RSS تنشره المدونات ومواقع التواصل وفي خلال لحظات يصبح الخبر معروفاً للجميع حول العالم، ليعطي أفضل مثالٍ على العولمة الثقافية أو الإعلامية والتي توقع العديد ازدهارها كظاهرة في المستقبل.

ومن الملاحظ أن أهم العوامل الجامعة لهذه الخواص في الإعلام الجديد هي التفاعلية ما بين وسائل العالم والقائمين عليه وبين الجمهور، وهو ما لم يكن بهذا اليسر والسهولة في السابق كما هو الآن.

وهذا النوع الجديد من الإعلام له مزايا[1] تمكنه من التفوق على الإعلام التقليدي بمراحل، أهمها:

١-مجال أكبر للاطلاع؛ إن الاعلام الالكتروني يعطي القارئ فرصة اطلاع أكبر من الناحية الكمية ، ففي جلسة واحدة يستطيع القارئ أن يطلع على عشرات المصادر الإعلامية من جميع أرجاء العالم ودون تكلفة مادية تذكر، وهو أمر غير ممكن عملياً من حيث الوقت ومن حيث الكلفة في التعامل مع الإعلام التقليدي.

٢-حرية واسعة؛ إنه يعطي القارئ حرية الانتقاء والمقارنة من خلال الاطلاع السريع على العديد من المصادر المختلفة الرؤى والخلفيات واستخلاص النتيجة التي يراها أقرب إلى الحقيقة دون أن يظل أسيراً لرؤية مخصوصة ولا تخفى قيمة ذلك في تحرير إرادة المتلقي في تعاطيه مع الوسيلة الإعلامية.

٣-التمكين من البحث والقراءة المتخصصة؛ فلم يعد من اللازم استنزاف الوقت والجهد في تصفح الصحف بحثاً عن موضوع معين أو انتظار برنامج مخصوص في إحدى القنوات التلفزيونية ، بل أصبح الانترنت بوسائل البحث في مادته يمكنك من الاطلاع على الموضوع الذي تريد في الوقت الذي تريد .

٤-إعلام غير محدود بالمكان أو الزمان؛ حيث يوصل الرسالة الإعلامية إلى مدى عالمي ويتجاوز القيود التقليدية التي تقيد التلفزيون والصحافة المطبوعة من حيث المكان والزمان، أما الإعلام عبر مواقع الإنترنت والتواصل فإنه غير مقيد بمكان أو بلد أو سياسة، فهو مجاني، سهل الوصول له من أي مكان، ومتوفر طيلة أربعة وعشرين ساعة على مدار السنة، يبث الأخبار والمعلومات العاجلة أولا بأول وبطريقة أسرع بكثير من الإعلام التقليدي.

---

(١) القاضي، باسل، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ٢٠٠٧

وهذه المزايا جاءت نتيجة التطور التقني في صناعة الإعلام بالإضافة إلى عدد من المتغيرات، أهمها:

١- المتغير السياسي؛ فقد تغيرت السياسات الدولية والقوانين المنظمة للعمل الإعلامي خاصة مع بدء تطبيق ظاهرة العولمة وتطور تقنيات الاتصال التي جعلت من العالم قرية صغيرة، كذلك تشجيع الغرب للانفتاح الإعلامي وتمكين الدول النامية والمجتمعات المتخلفة من التعبير عن ذاتها من خلال عمليات الإصلاح لوسائل الإعلام التقليدي، وتشجيع انتشار وسائل الإعلام الجديد كمواقع التواصل وغيرها، كل ذلك ساهم في نشر مبادئ الديمقراطية والتقرب من الثقافة الغربية كما حدث في الربيع العربي، وهو ما كانت تخطط له الإدارة الأنجلو أمريكية عندما حثت الدول القمعية حول العالم على تشجيع الانفتاح الإعلامي وحرية الرأي وغيرها من مبادئ الديمقراطية الغربية وكان لها ما أرادت.

٢-المتغير التقني؛ إن تطور تقنيات الاتصال وتطور الإنترنت بظهور الويب 2.0 بمواقعه وتقنياته كاليوتيوب ومواقع التواصل الاجتماعي وخدمات البث المباشر وغيرها، سارعت من عملية تطور صناعة الإعلام وجعلته يتقدم في العقد الأخير بقفزات هائلة وبوتيرة أسرع من القرن الماضي بأكمله، وقد ساهمت عوامل كانخفاض أسعار أجهزة الحاسوب مع تطور قدرتها (بحسب قانون جويس[1]) و أسعار خدمة الإنترنت وزيادة السرعات المتاحة للتحميل، كل ذلك ساهم في سرعة تطور الإعلام الجديد وسيادته للمشهد الإعلامي العالمي وتفوقه على الإعلام التقليدي.

٣-المتغير الاجتماعي؛ إن تغير الثقافات والعادات والتقاليد -كما بينا سابقاً-

---

(١) قانون جويس: كل عشر سنوات تنخفض تكاليف الحواسيب بنسبة ٥٠٪ مع احتفاظها بالقوة نفسها وكل ثمانية عشر شهراً تتضاعف قوة هذه الحواسيب بالنسبة للسعر نفسه»، بمعنى أن ما كان يكلف خمسة ملايين دولار في المعلوميات، لم يعد يكلف اليوم أكثر من ٥٠٠٠ أو ٥٠٠او ٥٠ وهكذا.

ساهم في انجذاب الناس لاستسقاء أخبارهم ومعلوماتهم من خلال وسائل الإعلام الجديد، كمواقع الأخبار أو صفحات مواقع التواصل أو التطبيقات الإعلامية على الموبايل، خاصة وأن نمط الحياة السريع يتطلب الوصول بشكل أسهل وأسرع للمعلومة، فقد ساهمت زيادة التعليم والتثقف بتقنية الإنترنت واستخدام المواقع، وانتشار ثقافة التصفح المواقع بحثاً عن الأخبار، زادت من الإقبال على وسائل الإعلام الجديد، خاصة وأن أكثر من ٦٥٪ من البشرية يعملون في قطاع الخدمات كالاتصالات والتعليم والحاسوب والأعمال وغيرها، فلم يعد أحد ينتظر صدور الصحف اليومية وتوزيعها بشكلها الورقي، بينما يمكن الوصول مجاناً للخبر وفور صدوره عبر المواقع الإلكترونية.

٤-المتغير الاقتصادي؛ إن سياسات الانفتاح الاقتصادي المطبقة عالمياً عبر منظمة التجارة العالمية وصندوق النقد الدولي، ساهمت في إزالة الحدود والعقبات أمام التبادل التجاري، وفي عصر الإصلاحات الاقتصادية هذه خاصة في الدول النامية، تغير الدور التقليدي للإعلام من مجرد ناقل للحدث الاقتصادي، إلى لاعب أساسي في العملية الاقتصادية، خاصة مع وسائل الإعلام الجديد ودخول مواقع التواصل على خط البث المباشر للمعومات الاقتصادية والمالية، حيث يشكل الحصول على المعلومة أولا بأول قد يصنع الفرق في عمليات البيع والشراء والتداول الإلكتروني على سبيل المثال أو غيرها من المجالات الحساسة، والتي صارت تعتمد بشكل كبير على المعلومة الفورية، فتزايد المعلومات في تكوين السلع والخدمات لدرجة أصبحت معها تكلفة المعلومات تكلفة الإنتاج الأولى مقارنة باليد العاملة مثلاً أو المواد الأولية .

أضف إلى ذلك انخفاض تكلفة النشر والبث بفضل تقنية الإنترنت والنشر الإلكتروني، والذي مكن من خروج صناعة الإعلام بشكلها التقليدي وتكلفتها الهائلة من سيطرة الحكومات أو رجال الأعمال المتنفذين، ليصبح كل من عنده جهاز حاسوب مع خط إنترنت أن ينشأ مدونة ينشر فيها رأيه ومقالاته

بل وكتبه الإلكترونية مجاناً، بل ويستطيع أن ينشأ موقعاً إخبارياً كاملاً مع أداة تحكم لتزويد الأخبار بأقل من مئة دولار ثمن استضافة الموقع إن كانت عنده المعرفة لإنشائه، وهو ما فعله مئات الآلاف من البشر حول العالم، وهذا هو السبب في ظهور الملايين من المواقع سنوياً وعشرات الآلاف منها إخبارية، وإن دمجنا إمكانية البث المباشر عبر اليوتيوب يصبح عندك قناة إلكترونية خاصة أو إذاعة إلكترونية ، تصل للملايين عبر العالم، وهو ما لا يستطيع الإعلام التقليدي فعله ولو ضخت به الملايين الحكومية، وهي ميزة حررت الإعلام وشجعت على ثقافة حرية التعبير المطالبة بالإصلاح الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.

كل تلك المتغيرات والظروف تضافرت لحمل الإعلام الجديد بوسائله الفعالة إلى قمة هرم الصناعة الإعلامية، وجعله الطريقة المسيطرة على مشهد تلك الصناعة، خاصة مع سرعة انتشاره وتقبله لدى عموم المشاهدين، والذي تغير دورهم هم الآخر من متلقين للمعلومة المبثوثة إلى متفاعلين مع الحدث عبر التواصل والتفاعل من خلال مواقع التواصل وإعلامها الاجتماعي، فدخول وسائل الإعلام الاجتماعي على المشهد الإعلامي، بل وقيادتها له بحسب رأي بعض الخبراء.

فوسائل الإعلام الجديد بأنواعها المختلفة، أثبتت قدرتها على جذب عموم الجماهير حول العالم، خاصة تلك المثقفة منهم، ولكي نفهم أثر هذه الوسائل لا بد من التعرف على أهم أنواعها ودور تلك الوسائل في تشكيل الحدث السياسي والتأثير على مجريات الأمور في حياة المجتمعات اليوم.

النشر الإلكتروني والكتب الإلكترونية:

تسارعت وتيرة النشر المعلومات الجديدة وإصدار المعرفة البشرية مع تطور تقنيات الاتصال والطباعة والنشر والتوزيع، وجاء الإنترنت ليضاعف تلك الوتيرة وينقل المعرفة البشرية إلى عصر جديد لم تعهده من قبل، مما سبب ما يعرف بانفجار المعارف لكثرة تدفق المعلومات وتسارع نشرها عبر الوسائل الالكترونية

وعلى رأسها مواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي.

إذ يقدر العلماء أن مجموع المعارف ابتداء من السنة الميلادية الصفرية قد تضاعف أول مرة سنة١٧٥٠ ثم سنة ١٩٠٠ ثم سنة ١٩٦٠ ليأخذ هذا التزايد بعد هذه السنة منحىً صاعداً غير مسبوق في تاريخ البشرية ...ومعنى هذا أن العالم قد أنتج من المعلومات خلال ثلاثة عقود أخيرة ما لم ينتجه طيلة ٥٠٠٠ سنة الماضية ، ومعناه أيضاً أن القارئ القادر على قراءة ١٠٠٠ كلمة في الدقيقة لمدة ثماني ساعات يومياً يحتاج إلى شهر ونصف لقراءة إنتاج يوم واحد في الوقت الذي يجد نفسه قد تأخر خمس سنوات ونصف عن مواكبة إنتاج المعلومات[١] .

فقد جاء الإنترنت ليخفض من تكلفة النشر وذلك جراء انخفاض تكلفة الطباعة والنشر والتوصيل بانخفاض تكلفة الاتصال والنقل وغيرها، ولكن ما ساهم في النقلة النوعية في صناعة النشر وأدى لانفجار المعرفة بحق هو النشر الإلكتروني، والذي يوصف بأنه كل ما تم طبعه وإصداره و عرضه وتوصيله إلى متلقيه النهائي عبر وسائل الإتصال الإلكترونية وعلى رأسها مواقع الإنترنت وتطبيقاته على الموبايل وأجهزة القارئ الإلكتروني كالأجهزة الداعمة لنظام أمازون كندل[٢]، وقد ينشر إلكترونياً الكتب والصحف والمجلات والنشرات عبر مواقع وبوابات متخصصة لبيعها وتوزيعها، أو مجاناً عبر المواقع الإخبارية والمنتديات الثقافية والمدونات.

ومن أولى محاولات النشر الإلكتروني الناجحة، كانت الكتب الإلكترونية؛

---

(١) ابد ٢

(٢) أمازون كيندل هو نظام من برامج وأجهزة وضعته لاب١٢٦ التابعة لموقع Amazon.com لقراءة الكتب الإلكترونية وغيرها من الوسائط الرقمية. تدعمه أربع أجهزة تعرف باسم "كيندل"، "كيندل ٢"، "كيندل DX"، "كيندل ٣" مثل آيفون والتي أطلقت عليه "كيندل فور آيفون"، وصدر أولاً في الولايات المتحدة عام ٢٠٠٧، وضاعف من عملية بيع الكتب إلكترونياً.

والكتاب الإلكتروني هو أي كتاب أو كتيب يوجد على هيئة تقنية رقمية إلكترونية. ومع أن كل المراحل الإنتاجية (من كتابة وجمع ومراجعة ونشر) التي يمرّ بها الكتاب واحدة في حالتي الكتاب المطبوع والإلكتروني فإن الشكل النهائي للكتاب كمنتج نهائي يختلف تماماً؛ فالكتاب الإلكتروني يقرأ من على أنواع متنوعة من شاشات العرض الخاصة بالأجهزة الإلكترونية المختلفة(١).

وقد عمل انتشار الكتاب الإلكتروني على دعم المعرفة وتطور العلوم بشكل أكبر من غيره، فقد قلل من تكلفة بيع الكتاب للمستهلك النهائي مما عمل على تمكن الكثيرين حول العالم من شراء الكتب فوراً عبر بوابات البيع الإلكترونية كموقع آمازون وتحميله على جهازهم الحاسوبي أو الهاتف المحمول، وساعد هذا في تسهيل عملية البحث وتطوير العلوم وتقليل تكلفة الوصول للمعلومة.

كما عملت مواقع التواصل الاجتماعي على دعم عملية نشر الكتب الإلكترونية، وذلك بتخصيصها منتديات ومواقع للنشر مباشرة ومجاناً، مما مكن الآلاف من الأشخاص من تجاوز عملية النشر بالطرق التقليدية المعقدة، والتعرض لأكبر عدد ممكن من القراء حول العالم، حتى الكتاب التقليديون قد استفادوا من عملية النشر بهذه الطريقة وذلك من خلال تعزيز سمعتهم ككتاب والتعرض لجمهور أوسع عبر هذه المواقع، والخروج من القيود الرقابية على الكتابة لبعض الدول، إلى حيز أوسع من حرية التعبير والكتابة.

واليوم صارت هنالك دور مواقع إلكترونية لدور نشر متخصصة كلياً في تحميل وبيع الكتب الإلكترونية وتوزيعها، ويبحثون دوماً عن الكتاب المتحمسين الجدد والقدامى لعميلة النشر الإلكتروني، مع ضرورة التنبه إلى ضعف قوانين حقوق الطبع والنشر الإلكتروني في الدول النامية عموماً عند المقارنة مع الدول المتقدمة

---

(١) تعريف الكتاب الإلكتروني، مجلة الاتصالات والعالم الرقمي: http://www.al-jazirah.com.sa، ٢٠٠٧/٤/٩، العدد ٢٠٦

في هذا المجال، مما يساهم في تفاقم مشكلة النشر عبر المواقع دون إذن وضياع حقوق الكتاب ودور النشر خاصة في غير كتب العلوم الشرعية.

كما وفر تواجد. برامج وتطبيقات بل وأجهزة متخصصة في قراءة الكتب الإلكترونية كأجهزة كندل أو أجهزة الموبايل الذكية "سمارت فون"، والتي سهلت من عملية النشر الإلكتروني لدرجة مهدت معها الطريق لنشر معظم الكتب العلمية وغيرها وحتى مناهج المدارس عبر هذه الأجهزة مستقبلاً، مما سيغير من عملية التعليم ويجعلها إلكترونيا كلياً، عبر مدارس وجامعات رقمية رائدة.

المجتمعات الإلكترونية وفضاءات الحوار الإلكتروني:

من أولى فضاءات الحوار الإلكتروني كانت المجتمعات الإلكترونية، كالياهو والهوت ميل ومجموعات جوجل، والتي وفرت أماكن للتبادل الآراء والأفكار ومناقشة القضايا المستحدثة في حياة الناس، بعيداً عن أيدي الرقيب وأعين الجهات الرسمية، مما شجع من تبادل الرأي بحرية وانطلاق، وهذا أدى بالنهاية للتعرف على جوهر العملية الديمقراطية وتفتح أعين الشعوب المقموعة على حقيقة الحرية والتعددية، والبدء بعملية الإصلاح.

وتقوم فضاءات الحوار الجماعي على منطق الديمقراطية في المشاركة – إلى حد ما – بالتواصل ما بين الجمهور، وتأخذ فضاءات الحوار الجماعي شكل الدردشة أو الحوار، ويتمثل المبدأ العام الذي يميزها في أن أفراداً تجمعهم شواغل وهواجس مشتركة، يقررون الائتلاف ضمن مجموعة افتراضية، ليتحدثوا ويتناقشوا ويتبادلوا الآراء حول موضوع ما، فيشكلون بهذا المعنى جماعة يتواصل الأعضاء فيها أفقياً، إذ إن كل عضو هو في الوقت ذاته مرسل ومستقبل [1].

---

(١) موسوي، موسى، و انتصار عبد الرزاق و صفد الساموك، الإعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، جامعة بغداد، ٢٠١١

لم يستفد المتلقي العربي، وفقاً للتقارير العربية للتنمية الثقافية، بشكل فاعل من تلك الفضاءات الالكترونية في مجال التوعية السياسية والديمقراطية، إذ تشير الإحصائيات عام ٢٠١١ المتعلقة بدوافع استخدام الفرد العربي للانترنت، إلى أن دافع الترفيه والتسلية جاء في المرتبة الأولى بنسبة ٤٦ ٪، فيما سجل دافع التماس المعلومات نسبة ٢٦٪ فقط، مما يدل على الحاجة لتفعيل هذه الدوائر وتوسيع استخدامها في إطار تثقيف الشعوب وتوعيتهم بحقوقهم وواجباتهم، وهو ما حدث في بعض الحالات التي جرت خلال أحداث الربيع العربي، خاصة في المجموعات التونسية والمصرية.

الصحافة الإلكترونية:

كما تنبهت دور النشر، تنبهت الصحف والمجلات التقليدية، الرسمية والخاصة منها، إلى أهمية الحضور في فضاء العالم الرقمي مع بداية عقد التسعينيات من القرن الماضي، خاصة مع تراجع أعداد القراء للصحف التقليدية وزيادة الإقبال على الاشتراك وقراءة الصحف والمجلات الرقمية، وظهر ذلك جلياً بتراجع مبيعات الصحف التقليدية وتراجع الأرباح من الإعلانات بها، مما أوجب إنشاء العشرات بداية من مواقع الصحف والمجلات الإلكترونية في الغرب ثم الشرق بها المعلومات المتوفرة نفسها عبر نسخها الورقية، ولتربح إما من رسوم اشتراك لدخول الموقع أو من الإعلانات على موقعها، ولذلك قامت المحطات الإخبارية بإنشاء مواقع إخبارية متخصصة لبرامجها.

وقد زاد الإقبال على إنشاء هذه المواقع حتى صارت لكل جريدة أو مجلة أو قناة إخبارية موقع موازياً لإعلامها التقليدي، بل تطور الأمر لظهور صحف رقمية كلياً توفر مواقعها الأخبار المحدثة أولاً بأول، فالصحافة الإلكترونية -التي تعرف بأنها تلك الصحف المكتوبة والتي يعاد نسخها على الانترنت وتتميز عن النسخة

المكتوبة باستعمال كبير للألوان والصوت والصورة[1]- لها مميزات خاصة سببت زيادة الإقبال من قبل الصحافة التقليدية على الانضمام لها.

مميزات مثل: إمكانية إرسالها وتعرض القارئ لها طوال اليوم، وتوفر الوصول لها على مدار الساعة ومن أي مكان، وإمكانية إنتاجها بناء على طلب المستخدم... على وفق ما يعرف بخدمة الأخبار عند الطلب، و إمكانية تعديلها لتلبي حاجات المستخدم فيما عرف بشخصنة الصحف الالكترونية، إذ يمكن لمنتج الصحيفة الالكترونية أن يجهز قائمة بالأخبار التي يختارها المستخدم مسبقاً لتكون جاهزة للعرض فور قيامه بالدخول إلى موقع الصحيفة.

فهذه المميزات عملت على تطوير صناعة الصحافة الرقمية وازدهارها خاصة في الغرب، ولتستمر عملية التطور هذه بانضمام مواقع التواصل الاجتماعي وتقنياتها لمسيرة الصحافة الإلكترونية، ولتصبح من أهم أدواتها غير المباشرة لنشر وتبادل الآراء حول الأخبار المنشورة على مواقعها الأساسية، وليصبح المستقبل واضحاً أمام صناعة الصحافة الرقمية باستغلال هذه المواقع لخدمة رسالتها.

الصحافة الاجتماعية Social Media:

الصحافة الاجتماعية والمعروفة بـ "Social Media"، هي جزء لا يتجزأ من الصحافة الإلكترونية، حيث تعرف بأنها مجموع النشاطات التي تدمج بين التكنولوجيا الحديثة، وبين التفاعل الاجتماعي وصناعة المحتوى، حيث تستخدم الذكاء الجماعي في جو من التعاون على الشبكة، فيقوم المستخدمون سواء كانوا أفراداً وجماعات بصناعة محتوى الويب أو الموقع أو المدونة ..إلخ، وتنظيمها، وفهرستها، وتعديلها أو التعليق عليها، أو دمجها مع إبداعاتهم[2] .

---

(١) ابد ٢

(٢) ابد ١

ويعتمد الإعلام الاجتماعي على خلاصات RSS وتحديثات المدونات، الويكي، منصات مشاركة الصور أو الأفلام كاليوتيوب، البودكاست ، التدوين المصغر كتويتر، صفحات مواقع التواصل كاليوتيوب، تطبيقات التفاعل على الموبايل، وتعليقات المجموعات على المواقع الإخبارية.

وتعتبر الحاجة لمثل هذا النوع من الإعلام ضرورياً في فضاء الإعلام الإلكتروني، خاصة وأن مواقع الأخبار الرسمية والخاصة تتبع لرؤية المالك أو الجهة الراعية أو الدولة، أما مواقع التواصل وإعلامها الاجتماعي فهي متحررة من أي سلطة، طليقة لتعبر عن رأيها بحرية تامة، وهي ميزة حببت الملايين من متابعي المدونات والمواقع والتحديثات لها.

فالسبب الرئيسي لإنشاء أول مدونة كان للتعبير بحرية عن الرأي حول أحداث الحادي عشر من سبتمبر ولعرض وجهة النظر من قبل صحافيين متخصصين حول ما حدث بحرية بعيداً عن لسان السلطات الرسمية، وتطور الأمر مع المدونات لتصبح قناة إعلامية حرة موازية لتلك الرسمية يستسقي الناس منها ما يعتبرونه الرأي الحقيقي للشعب، فقد مل الناس الكذب المتكرر من قبل الإعلام الرسمي، وما عادوا يطيقونه، وهو ما ظهر جلياً عقب أحداث غزو العراق عام ٢٠٠٣ واتضاح أن الأمر وراء الغزو كان كذبة أسلحة الدمار الشامل والتي روج لها الإعلام الرسمي الغربي بقنواته التقليدية والإلكترونية، مما زاد الإقبال على إنشاء المدونات الكاشفة لهذا الكذب، وظهرت المجموعات المعارضة للحرب واتضح أن السبب الحقيقي لها هو النفط وعقود إعادة الإعمار.

فقد حقق الإعلام الاجتماعي ما فشل أن يفعله الإعلام الرسمي بشقيه التقليدي والإلكتروني، وهو التحدث بلغة الشعب، واتباع أسلوب الحوار المتبادل، والتفاعل الحقيقي مع الخبر، بل والمساهمة في صنع هذا الخبر، فقد أصبح المتلقي أو المشاهد صانعاً للخبر، وذلك من خلال خاصية التفاعل التي توفرها مواقع التواصل، كتحميل الصور والأفلام لأحداث مباشرة وبثها عبر اليوتيوب أو

الفيسبوك، لتصل للعالم بثوان، بل هنالك من يعتقد أن الصحافة الاجتماعية الفردية قد سبقت نظيرتها الرسمية، وذلك من خلال الانفتاح في الرأي والحوارات المتبادلة، وسرعة بث التحديثات والمعلومات أولا بأول وفور وقوع الحدث خاصة عبر تويتر وغيره من، والدليل على ذلك أن من كشف خبر قتل أسامة بن لادن من قبل القوات الخاصة الأمريكية في صيف عام ٢٠١١ وبثه للعالم ومنه لقنوات الأخبار حتى قبل أن تصرح الحكومة الأمريكية بأي شيء، كان مهندساً باكستانياً ساكناً لمنزل مجاور في حي منزل أسامة، وفور مشاهدته للمروحيات وللعملية قام ببث رسالة نصية قصيرة عبر التويتر وأرسلها لكل معارفه ومتابعيه ومنها انتشرت للعالم أجمع.

أضف إلى ذلك مساهمات المشاركين في البرامج الإخبارية عبر برامج سكايب وغيره، هذا عوضاً عن الآلاف من الأفلام المأخوذة عبر الهاتف والتي تبث عبر اليوتيوب لأحداث الربيع العربي، مما اضطر قنوات الأخبار لاستخدامها في نشراتهم خاصة لتلك الأفلام القادمة من مناطق منع فيها التصوير، بالإضافة إلى مواقع الويكي والتي سبقت أي نوع آخر من الإعلام أو الصحافة بكشفها لحقائق وتصريحات سرية من خلال تزويدها بتلك الوثائق من قبل أشخاص عاملين في الجيش أو في السلك الدبلوماسي، وتسليم تلك الوثائق إلى شبكة من الصحافيين أو الناشطين العاملين على الموقع الإلكتروني، وهذا مبدأ عمل موقع ويكيليكس[١] ومؤسسه جوليان آسانج الناشط الإلكتروني والذي أصبح مطلوباً في عدد من دول العالم نتيجة كشفه لأسرار خاصة بحروب مثل العراق

---

(١) ويكيليكس هي منظمة دولية غير ربحية تنشر تقارير وسائل الإعلام الخاصة والسرية من مصادر صحفية وتسريبات إخبارية مجهولة. بدأ موقعها على الإنترنت سنة ٢٠٠٦ تحت مسمى منظمة سن شاين الصحفية، وادعت بوجود قاعدة بيانات لأكثر من ١,٢ مليون وثيقة خلال سنة من ظهورها، وتلقت ويكيليكس الثناء والانتقادات على حد سواء. وفازت بعدد من الجوائز بها في ذلك جائزة الإيكونومست في وسائل الإعلام الجديدة في ٢٠٠٨، للمزيد ارجع لموقعها الإلكتروني:

Wikileaks:About. 3 June 2009 WWW.

وأفغانستان، مما جعله هدفاً لدى الإدارة الأنجلو أمريكية بتهمة تهديد الأمن القومي لهم بكشفه لتلك الحقائق، ويعتبر هذا الموقع تفوقاً آخر للصحافة الاجتماعية الإلكترونية على نظيرها الرقمي أو التقليدي، وليظهر جلياً للعالم أثر هذا النوع من الإعلام الجديد على الصناعة ككل بل على السياسة أيضاً.

قنوات الإعلام الرقمية:

من أهم وسائل الإعلام الجديد، قنوات الإعلام الرقمية، والتي تبث عبر المواقع الإلكترونية على الإنترنت، وقد بدأ الأمر مع محطات الراديو الرقمية، والتي تبث الأغاني الحية والمسجلة مباشرة عبر موقع المحطة الإلكتروني، بل ويمكن تحميل هذه الأغاني أو الاستماع لبرامج المحطة مسجلة وقتما تشاء، وغيرها من الخدمات غير المتوفرة عبر قنوات الراديو التقليدية.

تبع إنشاء محطات الراديو الرقمية، إنشاء مواقع لمحطات الأخبار أو القنوات التقليدية، تبث من خلالها البرامج الإخبارية أو الترفيهية مباشرة عبر الموقع بل ويمكن تحميل هذه البرامج على أجهزة المتلقين إما مقابل أجر أو مجاناً، ولتنضم وسائل التواصل الاجتماعي لهذه المنظومة الإعلامية ولتضيف لها بعداً شخصياً جديداً، لتزداد تقارباً مع متابعيها، وليزداد التفاعل معها من قبلهم، ولتزداد تلك المواقع انتشاراً مع زيادة الإقبال حتى صار الاثنان متلازمين معاً يعتمدون على بعضهما البعض في التزود والتزويد بالبرامج والمعلومات.

مستقبل صناعة الإعلام الجديد:

لا شك أن التفوق اليوم لوسائل الإعلام الجديد بأدواتها على نظيرتها التقليدية، قد خط الطريق لمستقبل صناعة الإعلام خاصة في العالم المتحضر الغربي، فهنالك ثلاثة وجهات نظر حول مستقبل صناعة الإعلام، **الأولى** ترى أن صناعة الإعلام التقليدية قد انتهت، فمع تدهور مبيعات الصحف والمجلات التقليدية وتراجع

أرباح القنوات التلفزيونية والراديو التقليدية، نتيجة لتزايد إقبال المشاهدين على مواقع الإنترنت للمتابعة أو لقراءة الأخبار، مما سيؤدي إلى توقفها نهائياً عن الصدور واستمرارها عبر الإنترنت.

وهنالك **وجهة نظر ثانية** ترى أن صناعة الإعلام التقليدية باقية وهي المسيطرة خاصة في دول العالم النامي والمتخلف، والتي تستدعي ثقافتها التمسك بطرق الإعلام التقليدية للحصول على المعلومة، وهو حال سيتمر لسنوات عديدة.

أما وجهة النظر الثالثة وهي المرجحة ، فترى استمرار النهجين، التقليدي والرقمي، في صناعة الإعلام المستقبلية، فالصحف والمجلات ستبقى تصدر بطابعها الورقي لمن يرغب بها، والبرامج ستبقى تبث عبر قنوات متلفزة أو مبثوثة عبر الراديو لمن يرغب بالاستماع، مع وجود قنوات موازية إلكترونية تدعم النشر الرقمي للأخبار والمعلومات كما هو قائم اليوم، ولكن مع سهولة الوصول لهذه المواقع وازدياد سرعات التحميل بل وأسلوب العرض خاصة مع استمرار التطور التقني واستمرار ابتكار تطبيقات التواصل الاجتماعي.

ولكن ما زالت الصحافة الرقمية والاجتماعية بشكل أخص ضعيفة في الوطن العربي،فهناك عقبات كثيرة تقف في وجه الصحيفة الالكترونية، منها أن قراءة صحيفة على شاشة الحاسوب أو الهاتف لا يعد أمراً معتاداً وفقاً لعادات التعرض لدى جمهور المتلقين العرب، وكذلك الأمر بالنسبة لمشاهدة البرامج أو الاستماع لقنوات الراديو عبر الإنترنت، فلا تزال محدودة بجمهور ذي ثقافة وتعليم معين، ومن الطبقة الوسطى أو الغنية من المجتمع العربي.

ولكن الوعي بأهمية هذه القنوات الإعلامية الجديدة الموازية صار أكبر مما سبق، وقد بدأ جمهور أوسع بالإقبال على مختلف وسائل الإعلام الجديد لا لتلقي المعلومة أو الخبر فحسب، بل للمساهمة في صناعة ذلك الخبر وللتفاعل معه، من خلال خدمات مواقع الإعلام الاجتماعي ومميزاته العديدة.

علاقة الإعلام الجديد بالسياسة وقراراتها

الإعلام السياسي الجديد:

لطالما كان الإعلام والسياسة رفيقي درب واحد، بل إن تزاوجهما في الحياة العامة نتج عنه مصطلح الإعلام السياسي في الدول المتحررة أو المسيس في حالة الدول القمعية، فالإعلام كما بينا هو ذراع النظام الرسمي الخفي لحشد الطاقات وراء خطط التنمية وتنفيذها، وللحصول على تأييد الشعب في الأحداث الرسمية كالانتخابات وغيرها، فالبروباجندا (الدعاية) الحكومية استعملت منذ القدم بكفاءة ولطالما ضللت شعوباً أو أيقظت شعوباً أخرى من غفوتها.

ولطالما أيضاً ناضلت الحكومات للسيطرة على وسائل الإعلام، من مبدأ أن من يمتلك التلفزيون والراديو والصحف الرسمية فقد امتلك الرأي العام للبلد، ولكن مع دخول وسائل الإعلام الجديد على خط المنافسة لاستحواذ اهتمام الشعب، قلت قدرة الحكومات على إلزام شعوبها بوجهة نظر واحدة، ألا وهي وجهة نظر النظم الحاكمة، وأصبح المواطن يستسقي أخباره من مصادر الإعلام الجديد المتنوعة، وصار يتذوق طعماً مختلفاً للأخبار والمعلومات عما تعود عليه في وسائل الإعلام التقليدي الرسمي، وصار يتجرع جرعات أكبر من الحريات، كحريات الرأي والتعبير والمشاركة بالفعاليات السياسية، وغيرها من الأمور التي كانت تعتبر من المحرمات في ستينيات وسبعينيات وثمانينيات القرن الماضي، خاصة في دول العالم الثالث، والتي ابتليت بالحروب والمجاعات وبقايا ويلات الاستعمار، كالدول العربية الشرق أوسطية، والتي تعذرت بكتم حرية الرأي وحرية الصحافة والإعلام، بحجة الحفاظ على وحدة الصف الداخلي أمام الأخطار الخارجية، وبسبب نظرية المؤامرة المستمرة، استمر كتمان صوت الشعوب العربية، فلا صوت يعلو على صوت المعركة.

ومن ثم بدأت العلاقات الغربية العربية بالتحسن، وبدأت الدول الغربية وعلى

رأسها المعسكر الأنجلو أمريكي بالمطالبة بالإصلاح الديمقراطي الشامل من أجل الحصول على المساعدات والمنح العسكرية والنقدية والمادية، ومن منطلق مجبر أخاك لا بطل، اضطرت العديد من الدول أن تسمح ببعض مظاهر الحريات والإصلاح، ومن ضمنها شيء من حرية الرأي والتعبير للعمل الإعلامي والصحفي، والسماح لانطلاق وسائل الإعلام الموازي للحكومي الرسمي، وعلى رأسه وسائل الإعلام الاجتماعي.

والتركيز الغربي على ضرورة السماح بانتشار وسائل الإعلام الجديد الموازية للقنوات الرسمية، وبخاصة التركيز على الإنترنت وتقنياته وقنواته الإعلامية لم يأتِ من فراغ، بل رأت فيه القوى الرأسمالية الجديدة فرصة لنشر تلك المبادئ بالإضافة إلى مبادئ الثقافة الديمقراطية الغربية بين شعوب العالم كافة، فالإنترنت بمواقعه وتقنياته وأدواته للتواصل، شكل قاعدة ذات لغات متعددة للتحاور والتواصل مع وبين شعوب العالم كافة، وفتح قنوات غير رسمية مع شعوب العالم لنشر الثقافة الغربية المتحررة، وهو لب فكر العولمة الثقافية، وهي وسيلة أرخص بكثير من تغيير الفكر حول الثقافة الغربية بقوة السلاح، فعندما انطلق الإنترنت لم تره قوى الغرب كقناة إعلام غربي غير رسمية، بل قد حدث هذا صدفة مع ازدياد انتشار الإنترنت وزيادة الإقبال على استخدامه من قبل مختلف شعوب العالم على اختلاف لغاتهم وعقائدهم وثقافاتهم .

فانتهى الأمر بكون مواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي أحد وسائل الإعلام الغربية الموازية، خاصة وأن معظم البرامج والمواقع والتطبيقات المهمة هي باللغة الأجنبية ذات الثقافة الغربية الصرفة، وقليل هو الذي يعبر عن ثقافة الغير كالمواقع العربية أو الإسلامية، مقارنة مع بحر المواقع الغربية الهائج والذي ابتلع برأي الكثيرين ثقافة المواقع العربية، وبات يؤثر في الرأي الفكري والسياسي والعقائدي للملايين من الشعوب العربية، خاصة في خضم الشباب، أبناء جيل التقنية والإنترنت والألعاب الإلكترونية وبرامج الحرية الشخصية وأدوات

التواصل الاجتماعي.

وهذا الهدف السياسي من وراء تشجيع الغرب على دعم البنى التحتية لتطوير الاتصالات وتقنيات الإنترنت، واضح في تصريحات القادة الغربيين فنرى مثلاً أن آل جور نائب الرئيس الأمريكي وصاحب مصطلح طريق المعلومات الفائق السرعة، أن يكون هذا الطريق الجديد بمنزلة النظير العصري لسلفه طريق السيارات السريع؟ وكما كان السلف هو شريان نقل -بضاعة-الصناعات الأمريكية التقليدية محلياً فسيكون اللاحق هو شريان نقل -بضاعة-صناعة الثقافة الأمريكية عالمياً...، حيث ينادي هذا المسؤول وغيره من مسؤولي الإدارات الأمريكية المتعاقبة بإقامة بنية أساسية معلوماتية عالمية ينعم بها سواء بسواء أغنياء عالمنا وفقراؤه، وكما أن الاتحاد العالمي للاتصالات يسير على الدرب نفسه في تأكيده الصريح على قوانين السوق الحرة ، وذلك في شأن بنية تحتية حيوية أصبحت من المقومات الأساسية لتنمية شعوب العالم.

الإعلام الاجتماعي والعولمة الفكرية :

أدى ظهور ابتكارات جديدة ، كمواقع التواصل الاجتماعي بتطبيقاتها الغربية المختلفة، إلى زيادة انتشار الثقافة الغربية والتقرب من وجهة نظرها، فهذه القنوات الحوارية الخالية من أي قيود تسمح بتواصل ثقافي وتبادل للمعلومات على صعيد شخصي لم يكن متوفراً في السابق، بل كان يعد سابقاً وسيلة من وسائل التخابر مع العدو، خاصة إن كان محور الحوار هو الدعوة للإصلاح السياسي والاجتماعي والاقتصادي، والمناداة بمساواة الحقوق المدنية كما هو منتشر اليوم على مئات الصفحات السياسية العربية.

كما أنها وفرت مصدر معلومات وأخباراً مباشرة وغير مقيدة، ويسهل الوصول إليها في أي مكان وزمان، والأهم أن تلك الأخبار تأتي بطابع شخصي ومقرب وسلس للفهم عبر الملايين من الصفحات أو الأفلام أو الصور المحدثة على مواقع

التواصل، تجعلك تشعر بأنك قريب حقاً من الحدث وقت حدوثه، بل في العديد من الحالات كانت وسائل الإعلام الاجتماعي هي الوحيدة المتاحة أمام الشعوب لنقل ما يحدث داخل البلاد، خاصة في الدول التي منعت تصوير الأحداث السياسية المهمة التي حدثت بها.

كما في الثورتين المصرية والليبية، والتي أدى استخدام اليوتيوب والفيسبوك لتحميل الأفلام والصور المسجلة عبر كاميرات الهواتف النقالة، والتي كشفت عن ممارسات وحشية وهمجية قاسية من قبل رجال الأمن والبلطجية والكتائب الموالية لنظامي حسني مبارك في مصر ومعمر القذافي في ليبيا، والتي كان لها أثر كبير ومؤثر على توعية الشعب حول حقيقة ممارسات النظامين البائدين.

فلأول مرة ترى الجماهير العربية مباشرة وبالصوت والصورة، ممارسات كان يتحدث عنها مَن إن نجا من التعذيب لم ينج من الملاحقة، وكان الاستماع لروايتهم عما يحدث في أقبية الدوائر الأمنية ما تقشعر له الأبدان، ولكن عندما بثت هذه المناظر عبر وسائل الإعلام الاجتماعي الخارجة عن سيطرة النظام الرسمي في تلك البلدان، تفتحت عيون الناس على الحقيقة البشعة؛ وأن دم المواطن وحقوقه رخيصة جداً عند بعض النظم العربية القمعية، والتي طالما استخدمت مبررات لقمع حرية الصحافة والإعلام من خلال قوانين الطوارئ أو نظريات المؤامرة الغربية على البلد وغيرها، ولكن في النهاية كان النصر لوسائل الإعلام الاجتماعي والذي استهين به من قبل النظم الرسمية، قبل أن يرى أثره في نهاية المطاف، فأسقط الطغاة وانتصرت الشعوب.

مع العلم أن هنالك من يناقش أن وسائل الإعلام الاجتماعي مدسوسة على ثقافتنا ومسيسة من قبل الغرب للإضرار بمصالح الدول النامية وعلى رأسها دول الشرق الأوسط العربي، خاصة وأن هنالك حالات مثبتة لاختراقات قامت بها جهات أمنية غربية لبث أخبار زائفة وموجهة للرأي العام العربي للتأثير عليه عبر

صفحات مشبوهة على الفيسبوك وغيره، وقد كشفت تلك المحاولات من قبل مستخدمي مواقع التواصل قبل الجهات المختصة، وتم مقاطعتها في كثير من الأحيان.

في المقابل هنالك من يرى أن أثر هذه الوسائل الإعلامية الجديدة على الحياة السياسية للشعوب العربية هو أكبر بكثير من ضررها، فبما تقدمه من إعلام بديل حر وصريح، وبما تقدمه من معلومات موثقة أكثر من الإعلام التقليدي، فلقد استفادت منها الشعوب بزيادة الوعي الثقافي والسياسي بضرورة الإصلاح وبما للشعوب من حقوق مهضومة وواجبات مستحقة منهم، وكذلك بتوفير قناة حرة للتعبير عن الرأي العربي خاصة لفئة من لا نصير لهم، كفئة الشباب والعمال وغيرهم، وهذه لوحدها ساهمت في الحراك العربي في الكثير من الدول نحو المطالبة بتسريع عمليات الإصلاح الشامل، كذلك وفرت منصة إعلامية مجانية للمئات من السياسيين والأحزاب العربية خاصة في دول الربيع العربي ، وهو ما ساهم في تحسين نوعية الحياة السياسية والحصول على بعض الإصلاحات والبدء في المسير نحو ديمقراطية حقيقية وإن كانت غربية المغزى إلا أنها تبقى أفضل بكثير من أي ديكتاتورية قمعية ولو كانت باسم المحافظة على وحدة الخطوط أمام مغامرات نظريات المؤامرة الدنكوشوتية.

أثر مواقع التواصل الاجتماعي على الحياة السياسية العامة:

لمواقع التواصل الاجتماعي دور كبير في حياة العامة، فقد لامست تطبيقاتها وخدماتها جميع نواحي الحياة للملايين من البشر على اختلاف لغاتهم وثقافاتهم وعقائدهم، ولم تكتف بالتأثير على مجريات حياتهم الاجتماعية فقط، بل امتد تأثيرها ليشمل مناحي الحياة الاقتصادية والإعلامية والثقافية وغيرها، ولكن أهم تلك التأثيرات وأوضحها في مناحي الحياة العربية خصوصاً، كان تأثيرها على مناحي الحياة السياسية العامة في مختلف الأقطار العربية، بل تعدَّى تأثيرُها بعضَ ملامح

التغيير أو المطالبة بالإصلاح، ليؤدي دوراً محورياً في تغيير المناحي المتخذة في صناعة القرار السياسي العربي، ولتصبح مواقع التواصل الاجتماعية لاعباً أساسياً في حلقات السياسة الحكومية.

فمواقع التواصل الاجتماعي لم تأثر على مناحي الحياة السياسية، من خلال أدواتها الإعلامية التي ذكرناها فقط، والتي وإن كان لها دور في تفتح آفاق المشتركين بها سياسياً وعملت على تثقيفهم بحقوقهم، وأوحت لهم الأمل بالديمقراطية، وكشفت لهم حقائق عديدة حجبتها عنهم وسائل الإعلام الرسمية، ليصبح لهم منبر حر لتبادل الآراء و نشر الأفكار بحرية بعيداً عن قيود السلطات القمعية.

بل ومن خلال خدمات تلك المواقع العديدة كإرسال الرسائل الفورية والتطبيقات الداعمة لخصوصية التحاور بين المشتركين وإنشاء المجموعات الخاصة والتي لا يستطيع الاشتراك بها أي شخص كان، بالإضافة لأدوات الإعلام الاجتماعي، صار لها دور أساسي في تشكيل الرأي السياسي الفردي والحكومي على حد سواء، بل وتشكيل نمط حياة سياسية جديدة يمتاز بطابعه الإلكتروني ويمتد للواقع العملي التطبيقي للسياسات، وإنشاء فكر سياسي جديد وسياسة خارجية جديدة للعديد من الدول والشعوب العربية في عصر الشبكات الاجتماعية الجديد.

أثر مميزات مواقع التواصل الاجتماعي الداعمة للنشاط السياسي:

توفر مواقع التواصل الاجتماعي بخدماتها المتنوعة وأدواتها العديدة، مميزات فريدة تدعم وتشجع النشاط السياسي مما أثر على الحياة السياسية العامة عبر تلك المواقع وعلى الأرض في آن واحد، وذلك من خلال الآتي:

١-زيادة الوعي السياسي؛ فمن خلال الاطلاع على معلومات أو أخبار كاشفة للحقائق، وبمجرد المشاركة بحوارات مع أشخاص ينعمون بحرية الرأي والتعبير

دون قيود، و مجرد الحوار والتعرف على سياسيين وحقوقيين ومناضلين وغيرهم عبر صفحات التواصل الاجتماعي، كل ذلك يساهم في تفتح الآفاق لأشخاص كانوا تحت تأثير التنويم المغناطيسي للسلطات الحكومية وأبواقها الإعلامية، فاستيقظوا من سابتهم العميق على أصداء الحرية ومفاهيم الإصلاح الشامل، فاستوعبوا أن لهم حقوقاً وواجبات كما للعديد من الأشخاص الذين يعرفون عبر شبكتهم في الدول الديمقراطية، فصاروا أكثر وعياً بتلك الحقوق وانضموا للحركات السياسية المطالبة للإصلاح والتغيير لمستقبل أفضل، لهم ولأبنائهم.

٢-التشجيع على المشاركة بالنشاطات السياسية والانتخابية؛ فقد أثبتت الدارسات أن مواقع التواصل الاجتماعي كالفيس بوك وماي سبيس وتويتر وغيرها، تزيد من اهتمام المشتركين بالحياة السياسية، بل وتشجعهم على الانخراط بها، إما من خلال المشاركة بالفعاليات التي تنظم عبر تلك المواقع أو المشاركة بالانتخابات المحلية الخاصة بهم، مما عمل على تنشيط الحراك السياسي الراكد في العديد من الدول المتخلفة والقمعية، وساهم في انخراط الملايين من الشباب الذين ملوا من الكذب والنفاق السياسي الرسمي، وأبواق المعارضة التقليدية المتواطئة سراً مع الأنظمة الحاكمة مقابل اقتسام الغنائم، وانخرطوا تحت راية المجتمع الإلكتروني الواحد والمطالبة بالتغيير نحو عالم أكثر حرية وديمقراطية ومساواة وعدالة اجتماعية واقتصادية.

نذكر هنا مجدداً بدراسة معهد بو للأبحاث المهمة والتي بعنوان" أثر التواصل الاجتماعي على حياتنا" والتي نشرت عام ٢٠١١، أن مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي هم أكثر انخراطاً في الحياة السياسية من نظرائهم العاديين، فعلى صعيد التفاعل السياسي والمشاعر الديمقراطية، توصلت الدراسة إلى أن ١٠٪ من مستخدمي الفيسبوك قد حضروا تجمعاً أو حدثاً سياسياً، و٦٦٪ قد صوتوا في انتخابات بلادهم، و٧٥٪ مندمجين مع الأحداث السياسية، و٥٧٪ يدعون لمرشح محدد للانتخاب، وأن مستخدمي مواقع التواصل منفتحون نحو الرأي الآخر

المعارض لرأيهم أكثر بـ ٨ نقاط من غيرهم.

٣-توفير تطبيقات داعمة لخصوصية النشاط السياسي؛ فمن خلال خدمات كتكوين المجموعات الخاصة على مواقع التواصل، وكذلك توفير خطوط تواصل آمن مثل برامج سكاي بي أو المحادثات الخاصة عبر الفيس بوك أو تطبيقات الرسائل القصيرة والتحادث عبر أجهزة الموبايل الذكية وأجهزة البلاك بيري والتي لا يمكن تتبعها لعدم ارتباط تلك الرسائل بخوادم الاتصال التابعة لمؤسسات الاتصال الرسمية في الدولة، بل ترتبط بخادم شركة بلاك بيري في كندا، وغيرها من خدمات حافظت على سرية الحراك السياسي والنشاطات المطالبة بالتغيير، وخاصة مع استخدام بعض مناضلي السياسة لاسم مستعار، وذلك للمزيد من الحماية ضد رقابة الأجهزة القمعية، كما استخدمها مشعلي الثورات العربية عبر تلك المواقع، وهذه التقنيات سهلت من مهمتهم في حشد تأييد الجماهير بسرعة وكفاءة وفي غفلة عن رقابة الكثير من النظم العربية والتي تعودت أجهزة الأمن فيها على الاعتماد على وسائل الرقابة التقليدية والتي لا تنفع عادة مع تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي، مما أثبت تفوق الأخيرة في تخطي العقبات الأمنية.

٤-حشد الأشخاص خلف قضية مشتركة بشكل فعال؛ فبحسب تقرير[١] لمجلة حلف الناتو كتبه كبير مستشاري الابتكارات لوزيرة الشؤون الخارجية في الولايات المتحدة هيلاري كلينتون، وزميله بن سكوت، رأيا فيه أن تكنولوجيا التواصل الاجتماعي سرعت التغيير السياسي وخاصة في الشرق الأوسط، من خلال جمع الأشخاص أصحاب التفكير المماثل في شبكة واحدة وسمحت بتنسيق مباشر للحركات وسرعت التحركات بحيث بات ما كان يتطلب سنوات يتم في أسابيع وأشهر، ثانياً، عزز الإعلام الاجتماعي الروابط الضعيفة وجمع الأشخاص

(١) روس، ألك، وبن سكوت، الإعلام الاجتماعي السبب والتأثير والاستجابة، مجلة منظمة حلف شمالي الأطلسي (مجلة الناتو)، ٢٠١١

ذوي الاهتمامات المختلفة والخلفيات المتنوعة في الحركات الاحتجاجية كما على شبكة الإنترنت، وهو أمر عجزت عنه الحركات والأحزاب السياسية بوسائلها التقليدية، كالمناشير والخطب العصماء في الشوارع والمظاهرات على أبواب النقابات والجامعات وغيرها، ولكن نجحت وسائل التواصل الاجتماعي وبشكل فعال وبفترة لم تتجاوز السنتين على أن توحد آراء الشباب ومن ثم الشعب بأسره حول راية واحدة وهي راية المطالبة بالإصلاح والديمقراطية، لدرجة اعتبر العديدين فيها أن تشي جفارا القرن الواحد والعشرين هو مواقع التواصل الاجتماعي.

ويرى الخبراء أن السر في هذا يكمن في الكيفية التي بنيت عليها هذه المواقع، فهي ذات طابع شخصي حميمي، صادق وبسيط، سهل الاشتراك والتفاعل عبره، ذو رسالة قصيرة وواضحة، فلا مجال لخطب النفاق البرلماني فيه، ولا لعنف المظاهرات ومطاردات الشرطة، ولا لتخلف الخطاب الرجعي لحركات التشدد، بل تستطيع أن تشارك في الحراك السياسي وإظهار دعمك لسياسي أو جزب أو فكر معين بمجرد الضغط على زر يعجبني على الفيس بوك أو من خلال اتباع نشاط سياسي معين عبر تويتر للتعرف على آخر الأخبار عن التجمعات والمظاهرات ومواقعها، كذلك فقد نجحت وسائل الإعلام الاجتماعي كالصور والأفلام على اليوتويب أن تزيل الغشاوة التي كانت أمام عيون الشعوب، وتسقط ورقة التوت الساترة لعورات النظم الفاسدة، ولتبين حقيقتها القمعية المتوحشة، مما عمل على إيقاظ مشاعر النخوة والأخوة العربية الكامنة، ولتزيل الحواجز الطائفية والأحقاد القبلية العمياء، ولتوحد الأمة، شبابها وشيوخها، فقراءها وأغنياءها، مسلميها ومسيحييها، حول هدف مشترك واحد، ألا وهو المطالبة بالإصلاح والتغيير من أجل غد أفضل للأجيال القادمة.

٥- توزع القيادة المطلقة على مجموعة كبيرة من القياديين؛ فمن مميزات مواقع التواصل توفير قاعدة لإطلاق نشاط سياسي متعدد التحركات والرؤوس، فليس

هنالك من يستطيع أن يدعي أنه قائد التحركات المطلق والزعيم الأوحد لثورات الفيس بوك مثلاً، وهذه الخاصية عملت على تشويش الحكومات القمعية وخلخلة استراتيجيتها من خلال الحشد المتوازي المتعدد الرؤوس والمنابع ،بحيث لا تستطيع القوى القمعية أن تحدد هدفها بدقة ، أو تصوغ تكتيكاً فعالاً للقضاء عليه، كما هو الحال مع حركات الثورة التقليدية والتي ما إن تحدد السلطة منبع الثورة وقائدها حتى يسهل القضاء عليه، وهو ما عانت منه سلطات الأنظمة البائدة في تونس ومصر وليبيا، فما أن قامت بحبس أو قتل ناشط عبر مواقع التواصل حتى ظهر عشرة آخرون يقودون حركات الاحتجاج وينشئون الصفحات على الفيس بوك ويرسلون التعليمات بالتظاهر عبر تويتر، فالأمر أشبه بأسطورة أفعى الهايدرا اليونانية ، إن قطعت رأسها، نبت اثنان آخران محله.

٦-تغير مفاهيم النضال والاحتجاج؛ فلم يعد النضال المسلح هو الطريق الأنسب، ولم تعد المظاهرات الدموية هي السبيل الوحيد للاعتراض على الظلم والمطالبة بالإصلاح، ولم يعد بالضرورة ذلك الحشد البشري المادي المثير للصخب، المؤدي إلى الشغب وربما إلى التخريب والقتل، وإنما أصبحت أمواج الرسائل الاحتجاجية أو التأييدية التي ترد عبر الانترنت تعوض الاحتشاد المادي في مكان واحد، إذ رأى أهل القضية أن يتفادوا المواجهة المباشرة مع القوى القمعية أو اجتناب الآثار السلبية والثمن الباهظ للاحتشاد المادي ، وقد برهنت العرائض الالكترونية التي يوقعها الآلاف أو ملايين الناس على أنها أداة سياسية فعالة تغني أحياناً عن المظاهرات الحاشدة .

٧-عولمة قضايا النضال السياسي المحلية؛ فمن فوائد مواقع التواصل أنها عملت على نشر الآراء والأفكار السياسية لمناضلين وأحزاب محلية، لم يكن ليسمع بقضاياها العالم، ولو أرادت أن تتعرض لمثل هذا المدى الواسع للانتشار كما حدث مع قضايا الثورات الربيع العربي، لاحتاج الأفراد والأحزاب لدفع الملايين والمليارات كحملات إعلانية في الغرب وغيره، أو لاضطروا للقيام بأعمال

تخريبية أو خطف بهدف جذب الانتباه لقضيتهم، ولانتهى بهم المطاف كحركات إرهابية ولخسروا التأييد الدولي الغربي، وهو مصير عانت منه العديد من حركات النضال العربية التقليدية من المنظمات الفلسطينية إلى اللبنانية إلى الأفغانية وغيرها الكثير،ولكن اليوم وبفضل مواقع التواصل الاجتماعي والحوار الفردي بين ملايين المشتركين العرب والأجانب، صارت العديد من القضايا العربية والإسلامية وعلى رأسها القضية الفلسطينية تحظى بتعاطف وتأييد شعبي على أقل تقدير في الغرب، وهذا بالنهاية سيفضي إلى تأييد رسمي وهو ما كان مأمولاً منذ زمن بعيد، ألا وهو إيصال الصوت العربي والإسلامي إلى آذان العالم أجمع.

٨-تقليل الاعتماد على الخارج لإشعال الحراك السياسي؛ فمصادر ثورات الشبكات الاجتماعية المشعلة لثورات الربيع العربي كانت كلها محلية وعفوية صرفة، فما كان هنالك تدخل أجنبي في المراحل الأولى على أية حال، ولم تحتاج إلى تمويل وتدريب عسكري من الغرب كما عهدنا من قبل في حالات دول عربية سقطت سابقاً، بل كل ما احتاجته هو جهاز حاسوب أو موبايل وخط إنترنت لإطلاق الشرارة، وهو أمر لم يتوقعه أحد من مستشاري الحكام حتى منجمو الفلك العرب والغربيين على حد سواء، وهو يوضح تطبيق رؤى سياسيي الغرب عندما زعموا أن الطريق للتغيير هو دعم التقنيات والإنترنت وذلك لبناء قاعدة مستقبلية للتغيير وهذا ما حدث بالتحديد.

٩-التقليل من تأثير الفكر الإرهابي التكفيري وإحلال الفكر الديمقراطي الإسلامي المعتدل محله؛ فالذي قام بثورات الربيع العربي هو من رواد مواقع الشبكات الاجتماعية، والغالبية منهم أبناء الطبقة الوسطى المتعلمة والنخب المثقفة أيضاً وجزء من الطبقة الغنية، وهؤلاء بحسب الدراسات ذوو ثقافة معتدلة وتوجهه عقائدي متوازن، وهم أكثر انفتاحاً للرأي الآخر وللتحاور، وهو ما يتعارض مع جل أفكار الحركات المتطرفة والتكفيرية، والتي لم يكن لها أي دور مباشر في قيام هذه الثورات، والتي كان الفضل فيها للشباب المثقف الواعي

المعتدل والغيور على مصالح وطنه، وهذا عمل وسيعمل على تقليل أثر الحركات المتطرفة والحد من تجنيدها على أن العنف هو السبيل للتغيير، فقد أثبتت مواقع التواصل أن النضال المتحضر هو السبيل الأنفع.

قواعد النشاط السياسي من خلال مواقع التواصل الاجتماعي:

للعمل السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي قواعد تختلف كلياً عن تلك المطبقة بالعمل السياسي التقليدي، **وأهمها هي:**

١-إنشاء صفحة خاصة للتعريف بالسياسي أو بفكر حزبه السياسي؛ فأولى الخطوات هو الانضمام إلى فضاء الحراك السياسي الإلكتروني، وذلك بإنشاء صفحات متخصصة تفصح عن توجهه السياسي أو توجه حزبه السياسي، والقيم والأهداف التي يقفون وراءها، وذلك لزيادة قاعدة الجماهير الخاصة بهم.

٢-التركيز على قضايا مركزية تهم الشعب؛ فتركيز جهود إنشاء الموقع أو صفحة التواصل السياسية على قضية مهمة وحيوية تحظى بتأييد واهتمام وإجماع الغالبية من شريحة المواطنين الذين ترغب بانضمامهم لقضيتك أو حزبك السياسي، وسيفضي هذا التركيز بالتأكيد إلى حشد تأييدهم لك ولفكرك السياسي المقارب لفكرهم وتوجههم، وبالتالي ستشعر الأغلبية أن هذا السياسي قريب من همومهم، ويستمع لنبض الشارع الحيوي، وهو أمر مهم في الانتخابات والحراك السياسي بشكل عام.

٣-إيصال رسالة سياسية بسيطة وواضحة وصادقة في آن واحد؛ فعند إرسال رسالة توضح الأهداف السياسية التي يقف السياسي أو يقف حزبه من ورائها عبر مواقع التواصل الاجتماعي، يجب أن تكون تلك الرسالة بسيطة وواضحة وصادقة، فأفراد المجتمع الإلكتروني قادرين على تمييز الكذب السياسي المضلل، فهم لا ينقادون كقطعان العامة، بل هم على درجة عالية من الثقافة والاحتكاك

والتحاور مع الغير، وبالتالي يستطيعون تمييز الخبيث من الطيب، والسمين من الغث، لذلك فإن ألاعيب التضليل والنفاق السياسي قد تنفع لبعض الوقت ومع بعض الأفراد عبر المواقع، ولكن في النهاية سيخسر سمعته الافتراضية من يسلك ذلك الدرب الملتوي، وستنفض جموع الجماهير الإلكترونية من حوله، ولذلك فإن التواصل الشخصي لا بد أن يكون بسيطاً وواضحاً في المطالب السياسية.

٤-البقاء على اطلاع على ما يحدث في العالم الفعلي وصدى تأثيره على شبكة عالمك الافتراضي؛ وذلك للبقاء على اتصال مع القاعدة السياسية، فلا بد من معرفة أهم الأحداث الواقعة لهم، وكذلك التعليق على تلك الأحداث أولاً بأول، لتعريف القاعدة أن هذا السياسي قادر على النشاط السياسي بكفاءة.

٥-البقاء قريباً من القاعدة السياسية أو الانتخابية؛ وهذا يتم بإرسال التدوينات عبر تويتر لهم باستمرار أو إضافة التعليقات على حائط الفيس بوك ، وهذا سيشعر الناس بأن السياسي متجدد وعلى علاقة شخصية طيبة معهم، حتى وإن لم يكن التواصل بشكل مباشر وشخصي.

٦-على السياسي أن يحاول دوماً أن يكون متجدداً وشيقاً في تصريحاته وتحديثاته على موقعه؛ فالتعليقات المثيرة والتصريحات المتجددة والمثيرة للجدل والحوار السياسي؛ تصلح دوماً أن تكون جذابة لانتباه المشتركين والتابعين له على مواقع التواصل، وبالنهاية سيتعرض لانتشار واسع، مع الانتباه ألا تكون تلك التصريحات والتعليقات مهينة لأحد أو غير صحيحة المصدر، وذلك لسرعة انتشار مثل هذه التعليقات الضارة عبر مواقع التواصل الأمر الذي قد يؤدي إلى نتيجة عكسية.

٧-المحافظة على السمعة السياسية الافتراضية ضرورة في العمل السياسي عبر الإنترنت؛ فباتباع السياسي أو الحزب لخطوات بهدف الحفاظ على بقاء سمعتهم الافتراضية جيدة والتي ذكرناها في فصل البعد الاجتماعي من هذا الكتاب، فإنهم

سيضمنون أن تبقى سمعتهم عبر مواقع التواصل بعيدة عن الشبهات، والأهم أن تكتسب مصداقية في العالم الافتراضي تؤدي إلى مصداقية في العالم الواقعي.

٨-الانتباه لمحاولات الاختراق والتضليل من قبل المنافسين أو من العدو الخارجي؛ فسهولة اختراق الصفحات وإضافة التصريحات على غير لسان صاحب الصفحة، تدعو إلى ضرورة التنبه والحرص والحصول على الحماية المناسبة، خاصة في حالات التجسس على النشاط السياسي عبر مواقع التواصل، كبرامج الفايروول والبرامج المضادة للفيروسات والمضادة للاقتحام وغيرها من تقنيات مفيدة للحفاظ على الهوية الافتراضية.

ملاحظة للقارئ: إن الكذب والخداع والنفاق وتغيير المواقف السياسية كلما هبت ريح التغيير والفساد وفضائح الإنترنت، كلها أمور من شأنها القضاء على مستقبلك السياسي في العالم الافتراض والحقيقي على حد سواء، وهنالك أشخاص وشركات متخصصة في إدارة العلاقات الافتراضية اليوم خاصة في الغرب والذي عرف سياسيوه كيف يستغلون هذه التقنية لفائدتهم بحق. ومع ذلك فإن السياسيين العرب أفراداً وحكومات قد تنبهوا لهذه الفوائد، خاصة بعد أحداث الربيع العربي، وقد أنشؤوا اليوم عشرات الصفحات السياسية الخاصة بهم على الفيس بوك والتويتر، وصار العديد من السياسيين يتراشقون التصريحات عبر تلك المواقع عوضاً عن تراشقها في البرلمانات، كما في الحالة اللبنانية على سبيل المثال، وهذا يدل على التطور الحاصل في الحراك السياسي العربي بفضل ثورة الشبكات الاجتماعية.

إن الشرارة التي ألهبت نيران الحرية والتغيير الديمقراطي في العديد من الدول العربية القمعية، هي تلك التي أشعلها الشاب التونسي محمد البوعزيزي احتجاجاً منه على المعاملة المهينة التي تعرض لها على يد شرطية بعد أن احتجزت عربة الخضار التي كان بالكاد يتدبر من خلالها رزقاً لعياله بعدما عجز وهو المتعلم صناعياً وجامعياً أن يحصل على عمل يناسب تعليمه ويكفيه، واحتجاجاً على الظلم الذي لم يلم به وحده بل ألم بمئات الملايين من الشباب العربي أمثاله، فأحرق جسده الشاب، والذي وإن أحرقته تلك النيران، إلا أنها أحرقت أيضاً الظلم والطغيان والفساد والاستبداد والتكبر الذي طالما عانت منه شعوب المنطقة العربية، لتكون هذه الشرارة التي أشعلت لهيب نار ثورات الربيع العربي[1]، ثورات التغيير والمطالبة بالإصلاح الفعلي، ولتندلع كالنار في الهشيم من دولة قمعية لأخرى، ولتقضي على طاغية عقب الآخر.

---

(١) الربيع العربي Arab Spring: هي موجة عارمة من الاحتجاجات التي انطلقت أواخر عام ٢٠١٠ وأوائل ٢٠١١ والتي كانت شرارتها من تونس، وقامت احتجاجاً على الأوضاع الاقتصادية والسياسية والمعيشية الصعبة، وانتشرت في العديد من الدول العربية كمصر وليبيا، وعرفت تلك الفترة بربيع الثورات العربية.[من أسباب هذه الاحتجاجات المفاجئة انتشار الفساد والركود الاقتصاديّ وسوء الأحوال المَعيشية، إضافة إلى التضييق السياسيّ وسوء الأوضاع عموماً في البلاد العربية. وقد تضمنت نشوب معارك بين قوات الأمن والمُتظاهرين ووصلت في بعض الأحيان إلى وقوع قتلى من المواطنين ورجال الأمن. تميزت هذه الثورات بظهور هتاف عربيّ أصبح شهيرًا في دول الربيع العربي ألا وهو: "الشعب يريد إسقاط النظام." للمزيد ارجع إلى Andrey Korotayev, Julia Zinkina. Egyptian Revolution: A Demographic Structural Analysis. Entelequia. Revista Interdisciplinar 13 (2011): 139-165.

مواقع التواصل الاجتماعي ودورها في الربيع العربي:

مع أن الشرارة الأولى والتي اندلعت في تونس لم تكن صنيعة مواقع التواصل، إلا أن مواقع التواصل عملت على استمرار اشتعال نيران شعلة الحرية تلك، فساهمت مواقع التواصل الاجتماعي في الإبقاء على شعله تلك الثورات مشتعلة بنقل روح التغيير الجديدة هذه من مجتمع إلكتروني عربي إلى آخر من خلال شبكات التواصل وأدواتها، كما ساهمت وسائل الإعلام الاجتماعي مساهمة مباشرة في نقل أحداث تلك الثورات أولاً بأول، خاصة في خضم التعتيم الإعلامي الرسمي المتعمد، ومحاولات قطع خطوط الإنترنت، والتي فشلت كلها وذلك بسبب خصائص الشبكات الاجتماعية كاللامركزية وسهولة إيصال المعلومة أو الصورة أو الفيلم إلى خارج البلاد عبر الموبايل أو غيره، وتحميله عبر الإنترنت ونشره عبر مختلف مواقع التواصل، من ثم استخدامه من قبل قنوات الإعلام العالمية، ونهاية ليصل إلى أسماع وأنظار شعوب العالم الغربي، والذين صدموا من قسوة الواقع العربي، وعرفوا الحقيقة من خلال حواراتهم مع نظرائهم العرب عبر مواقع التواصل أيضاً، ليستمعوا إلى رواياتهم الشخصية ويقتنعوا بعدالة قضايا الربيع العربي.

ونهاية لتصل الرسالة إلى صناع القرار الغربي، ولتفضي إلى إما مطالبة بالتغيير والإصلاح مع ضرورة رحيل النظام وهو ما حدث في تونس ومصر بمساعدة الجيش في كلا البلدين وبماركة غربية، أو الخيار الثاني ويتمثل بالتدخل عسكرياً لحماية المدنيين من جنون الحاكم وآلات القتل العسكرية وهو ما حدث في ليبيا، ولينتهي ما بدأ على أنه مجرد مهاترات أولاد يلعبون على الإنترنت، كما تصورت الأنظمة العربية آنذاك، لينتهي إلى مواجهات مسلحة وحرب ضروس أدت إلى سقوط ثلاثة طغاة في أقل من سنة، وهي سابقة لم تحدث في العالم قط قبل عصر الشبكات الاجتماعية، لتصبح أقوى أدوات السياسة في عالمنا المعاصر اليوم،

ولتفعل ما عجزت عنه فعله جيوش العالم الغربي وسفاراته وأمواله الطائلة، ألا وهو إحداث عملية الإصلاح وتغيير النظم العربية نحو ديمقراطية حقيقية.

ثورة ٢٥ يناير كمثال على دور مواقع التواصل في الربيع العربي:

يتضح أثر مواقع التواصل جلياً في إحداث التغيير، من خلال دورها الرئيسي في اندلاع الثورة المصرية والتي ساهمت بها من خلال صفحاتها وأدواتها وتطبيقاتها مساهمة مباشرة، وقد كانت النواة عندما تشكلت مجموعة إلكترونية من الشباب على الفيس بوك وتسمى بحركة شباب ٦ أبريل[١]، وبدأت تلك المجموعة(نعم مجموعة إلكترونية وليس جماعة كما تعرف خطأ، لأن تعبير الجماعة يعطي انطباعاً عن تنظيم سياسي، وتستخدم هذا الاصطلاح السلطات ضد أي تجمع معارض ولو كان مجتمعاً إلكترونياً ذو أهداف سلمية، وهذا اللفظ لا ينطبق هنا لأن ميزة التواصل عبر الشبكات هو تكوين المجتمعات أو المجموعات الإلكترونية ذات الأهداف والاهتمامات المشتركة)، فبدأ هؤلاء الشباب بكسر حاجز الصمت من خلال الدعوة إلى المشاركة بالاعتصامات والفعاليات السياسية المعارضة، وأيضاً من خلال أدوات الإعلام الاجتماعي، ومن خلال عقد حلقات الحوار والنقاش الإلكترونية على صفحة المجموعة.

ولأن هذا الحراك السياسي الجديد يعتمد على الأسلوب الشخصي والحديث

---

(١) سميت حركة ٦ إبريل، نسبة للإضراب العام الذي شهدته مصر في ٦ أبريل ٢٠٠٨ بدعوة من عمال المحلة الكبري وتضامن القوى السياسية فتبناه الشباب وبدؤوا في الدعوة إليه كإضراب عام لشعب مصر ضد ظلم النظام واعتراضاً على الفساد والبطالة ومبدأ توريث الحكم الجمهوري، قامت فتاة تدعى إسراء عبد الفتاح وكانت تبلغ حين ذاك من العمر ١٧ عاماً، من خلال موقعها على "الفيسبوك"، بالدعوة إلى إضراب سلمي، في ٦ أبريل/ نيسان ٢٠٠٨، احتجاجاً على تدهور الأوضاع المعيشية، وسرعان ما لقيت دعوتها استجابة من حوالي ٧٠ ألفاً من الجمهور. والنتيجة أن الإضراب نجح، وأطلق على إسراء في حينه لقب "فتاة الفيسبوك" و"القائدة الافتراضية".

والسلس والمعتدل في لغته الحوارية، فإن الحركة وغيرها من المجموعات الشبابية المنشأة على الفيس بوك، بدأت بجذب انتباه بقية أطياف المجتمع لها، ولكن في البداية لم يأخذها أحد على قدر من الجدية، ليس فقط السلطات بل النقابات وبقية الأحزاب المعارضة، فبنظر الجهات الأمنية أن جل موضوع هذه المجموعات الإنترنتية هو مجرد (لعب عيال) أو تسلية شباب ليس لهم تأثير فعلي على أرض الواقع، ولذلك بقت السلطات تراقب الجماعات والحركات الحزبية ذات النشاط السياسي الفعلي وتجاهلت أثر هذه المجموعات ذات النشاط السياسي الافتراضي، حتى عندما اندلعت ثورة تونس وبدأ النشاط على مواقع التواصل بالتحرك مع نبض الشارع التونسي، إلى أن نجحت الثورة وهرب الرئيس بن علي إلى السعودية، لم تعر السلطات الرسمية المصرية آنذاك أي اهتمام بنجاح الفيس بوك بدعم ثورة تونس، وقال الرئيس المخلوع حسني مبارك: إن "مصر ليست تونس"[١].

وبعد أن حدثت أحداث طائفية، وكذلك تعذيب الشرطة للمحتجزين ومنهم الشاب خالد سعيد وقتله، شددت السلطات الأمنية المصرية قبضتها كرد على احتجاج آخرين حاولوا حرق أنفسهم تقليداً للبوعزيزي ، وتأثر شباب الشبكات المصريين بما رأوه من نجاح شباب الثورة التونسية، دعت مجموعات على الفيس بوك من بينهم حركة شباب ٦ أبريل ومجموعة كلنا خالد سعيد وشبكة رصد، إلى التظاهر للمطالبة بالإصلاح وعدم التوريث واحتجاجاً على السلطات القمعية والانتخابات النيابية المزورة ، واختاروا يوم ٢٥ من يناير للتظاهر وهو يصادف يوم عيد الشرطة بمصر، ولكن حدثت اصطدامات بين المحتجين والشرطة، وكالعادة وقع قتلى ولكن لم تعر انتباهاً لهذا السلطات ظناً منها أن لم يتغير شيء في واقعها المستجد، وهو خطأ باهظ ، ومع عرض صور القتلى والاحتجاجات على الفيس بوك والدعوة للمزيد من التظاهر الشبابي، اشتعلت ثورة ٢٥ يناير من العام ٢٠١١.

---

(1) Korotayev, Andrey, and Julia Zinkina. Egyptian Revolution: A Demographic Structural Analysis. Entelequia. Revista Interdisciplinar 13 (2011): 139-165

ولينضم لها الآلاف من الشباب، عبر دعوات الفيس بوك وأفلام اليوتيوب وتدوينات التويتر، ولينضم لها أيضاً شباب أحزاب معارضة كبرى كشباب الإخوان المسلمين، وكذلك المثقفين والعلماء وأساتذة الجامعات وبعض المعارضين السياسيين البارزين، وليتطور الأمر من مناوشات إلى اعتصام مفتوح في ميدان التحرير كبرى الساحات في القاهرة، ويصبح المئات، آلاف، فمئات الآلاف من المعتصمين، فمظاهرات مليونية أيام الجمع، وقد أدى سقوط قتلى وجرحى من المعتصمين بشكل همجي إلى ازدياد التعاطف المحلي والعربي والدولي، وللمطالبة بالإصلاح فالتغيير فإسقاط النظام بالكامل، وهو ما تحقق عقب تدخل الجيش واستلام المجلس العسكري للحكم مؤقتاً، ومحاكمة رموز النظام وعلى رأسه الرئيس المخلوع حسني مبارك وابنيه علاء وجمال بتهم الفساد وقتل المتظاهرين، لتبدأ عملية الإصلاح السياسي والاقتصادي، والسعي نحو ديمقراطية حرة، وكل ذلك بدأ بمجموعة لشباب صغار في العمر، كبار في الهمة والعزيمة، استفادوا من تقنية التواصل الاجتماعي وما تقدمه من مميزات كافية لإسقاط أعتى الأنظمة القمعية وأكثرها عدداً وعدة في المنطقة العربية، في غضون شهرين اثنين فقط .

وقد استخدمت الشبكات الاجتماعية وتقنياتها، في الثورات المتتالية والتي أعقبت الثورة المصرية، خاصة بعد أن تفطنت الجماهير الشبابية إلى قوة النشاط السياسي عبر مواقعها، كما في حالة الثورة الليبية، والتي بثت أحداثها مواقع الفيس بوك واليوتيوب، معركة بمعركة، شارعاً بشارع، وزنقة بزنقة، من تصريحات العقيد معمر القذافي المجنونة بباب العزيزية، ومحاصرة بني غازي، فتدخلت قوات الناتو والعرب لحماية المدنيين، فسقوط المدن وهزيمة الكتائب، وهروب العقيد، فالعثور عليه وقتله أمام أنظار العالم مباشر ة عبر اليوتيوب، لتكون بداية الحراك السياسي للتغيير والإصلاح العربي عبر مواقع التواصل وأدواتها.

انتقال أثر ثورات الربيع العربي للعالم عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

عرف العالم الغربي النشاط والحراك السياسي عبر مواقع التواصل منذ منتصف هذا العقد، فاستخدمها في الحوار وتوسيع القاعدة الانتخابية والتواصل مع الشعب وبالتالي الاستفادة من مميزات مواقع التواصل للنجاح بالانتخابات كما فعل الرئيس الأمريكي باراك أوباما وحركة نعم نستطيع التغيير من الشباب عبر الفيس بوك وغيره، ولكن كان الغرب والعالم دوماً يعتقد أن هذه المجموعات السياسية وهذا الحراك الافتراضي سيتقيد بالمنظومة السياسية والاجتماعية والاقتصادية القائمة عليها دول العالم المتحضر ويعززها، ألا وهي منظومة الرأسمالية الجديدة أو منظومة ريغان- تاتشر، والداعية إلى إزالة كافة القيود أمام حرية حركة رأس المال والشركات الغربية في الدول العالم كافة، وتحقيق أقصى ربح وفق مبدأ السوق الكفؤة والتي ستتكفل بعدالة توزيع الثروة بين أطياف المجتمع كل بحسب نشاطه وكفاءته بتحقيق الربح، وأن الدولة ونظامها الديمقراطي جاءت لخدمة الفرد وحريته للكسب والربح والعمل والإبداع وليس العكس.

ولكن تلك النظم الديمقراطية والرأسمالية أدت شيئاً فشيئاً إلى إضعاف دور دولة مجتمع الرفاه، وتقليل الخدمات المقدمة للمجتمع وتحويلها للقطاع الخاص شيئاً فشيئاً كالصحة والتعليم، ومنه بدأ تدهور الأوضاع المعيشية للطبقات الوسطى والفقيرة من المجتمعات الغربية، وتراكم الثروات في يد الطبقة الغنية، حتى اتسعت الفجوة[1] بين الفقراء والأغنياء لتصل إلى ١٪ تتركز بيدهم ٩٠٪ من الثروة و٩٩٪ الباقية يمتلكون ١٠٪ فيما بينهم في الولايات المتحدة اليوم، أضف حدوث أزمة الديون المالية العالمية عام ٢٠٠٨، فانهيار ميزانيات الدول العظمى نتيجة لتكاليف الحروب المستمرة والأزمات المالية المتعاقبة وتراكم الإنفاق العام، ليبدأ المجتمع الغربي بمطالبة حكوماته بالإصلاح والتغيير، واستخدام منبر

(١) المقدادي، خالد، عالم الفقراء الجدد، دار النفائس، الأردن، ٢٠١١.

الشبكات الاجتماعية لإيصال صوت احتجاجاته للعالم.

تأثير الربيع العربي على الحراك السياسي العالمي عبر مواقع التواصل:

يتضح قوة مواقع التواصل الاجتماعية في التغيير والحراك السياسي الفعال جلياً من خلال انتقال الحركات الاحتجاجية عقب أحداث الربيع العربي إلى دول غربية وشرقية على حد سواء، بما يعرفه الخبراء بتأثير الدومينو(نسبة لحجارة الدومينو والتي عندما تسقط واحدة فإن الصف بأكمله يتبعها متأثراً بسقوطها)، ومع أن الخبراء الغربيين استبعدوا انتقال الحركات الاحتجاجية عبر مواقع التواصل إلى دولهم، خاصة بسبب اختلاف الثقافة والظروف، ولوجود الحرية والديمقراطية أصلاً في بلادهم، ولكن مع ازدياد الوضع الاقتصادي سوءاً بسبب الأزمة المالية، وازدياد معدلات البطالة والفقر لتقارب نسب البطالة العربية بحوالي ٢٠٪ في دول كإسبانيا وإيطاليا واليونان والبرتغال، و١٠٪ في دول كأميركا وبريطانيا، وعجزت الدول أن توفر الخدمات لمواطنيها فزادت الأسعار عليهم لسد العجوزات في الميزانية وسرحت الآلاف من الموظفين وقللت نفقات الخدمات العامة. وعندها لجأ العديد من الشباب الغربي إلى فضاء الشبكات الافتراضي للاحتجاج والمطالبة بالتغيير والإصلاح وعودة دولة الرفاه إلى أسسها القديمة، والتركيز على خدمة المجتمع بكافة أطيافه لا خدمة الأغنياء فقط، وتوزيع أعدل للثروات، أي المطالبة بديمقراطية رأس مالية رحيمة كما عبر عنها الرئيس الفرنسي نيكولا ساركوزي في اجتماع قمة العشرين عام ٢٠١٠.

ولم لا وقد فعلها نظراؤهم من الشباب العربي وفي ظروف قمعية ووحشية رهيبة، ومع ذلك فقد حققوا التغيير وبدؤوا مسيرة الإصلاح، فمن خلال احتكاكهم وتواصلهم مع نظرائهم من شباب الربيع العربي، تنبه الشباب الغربي لحقوقهم، وأن أحلامهم وطموحاتهم لا تختلف كثيراً عن طموحات الشباب العربي وأحلامهم بغد أفضل، فأصبحوا يطالبون بها من خلال تأييد الحشد عبر مواقع

التواصل بالطرق والأساليب نفسها التي اتبعها الشباب العربي، والتي أثبتت فاعليتها في الحالة العربية، وقد بدأت أولى المحاولات لتقليد الربيع العربي في بريطانيا مع حركة الاحتجاجات الطلابية البريطانية والتي اعترضت على رفع رسوم الدراسة في الجامعات الحكومية، وحشدت الآلاف للتظاهر من خلال الفيس بوك وتويتر وغيره.

وقد استخدمت مواقع التواصل الاجتماعي مجدداً في حركات الاحتجاج اليونانية والإسبانية وغيرها، ولكن بينت قوتها في تسريع اشتعال الأحداث السياسية، عندما اندلعت أعمال الشعب في لندن، على خلفية قتل الشرطة لشاب إفريقي من حي فقير، فانتفض الشباب البريطاني، أو اللصوص كما ادعت الشرطة البريطانية، واتخذت المظاهرات طابعاً عنيفاً، بسرقة وتكسير المحال في المناطق الغنية من العاصمة من قبل شباب ملثمين في صيف عام ٢٠١١، وانتقلت من العاصمة إلى مختلف المدن الإنجليزية، فاستدعيت قوات الاحتياط من الشرطة، وفرض حظر للتجول استمر بعضة أيام، اعتقل فيها الآلاف من المشاغبين كما سمتهم الشرطة، جلهم من الشباب البريطاني الفقير، إلى أن أعيد النظام مع وعود بالإصلاح ودراسة الوضع، ولكن سرعان ما نسيت هذه الوعود إلى موعد انتفاضة أخرى، وقد لوحظ الاستخدام المنظم لمواقع التواصل وخاصة تويتر لتنظيم حشد وانتقال مظاهرات الشباب من شارع إلى شارع والهروب من الشرطة.

والحلقة الأخيرة في مسلسل استخدام مواقع التواصل الاجتماعي للحراك السياسي والمطالبة بالإصلاح والتغيير تأثراً بالربيع العربي، هو حركة[1] احتلوا وول ستريت "Occupy Wall street" والتي هي حركة احتجاجية اندلعت في سبتمبر من عام ٢٠١١، وذلك للاعتراض على فساد بنوك وشركات وول ستريت لتسببهم بالأزمة

(1) "'Occupy Wall Street' to Turn Manhattan into 'Tahrir Square'". IBTimes New York. September 17, 2011.

المالية والاستفادة مادياً منها، وتواطؤ الحكومة مع الشركات الفاسدة، واتساع الفجوة بين الأغنياء والفقراء، وقد بدأت حركة الاحتجاج مجموعة كندية تدعى" AdBusters" بتظاهر مئة شخص في ساحة وول ستريت أمام مبنى البورصة، مستلهمين حركتهم من الربيع العربي، ولكن عقب اعتقال العشرات، فالمئات منهم مراراً بتهمة عرقلة السير العام، ازدادت شعبية الحركة وانتقلوا إلى حديقة زوكيتي القريبة من وول ستريت في نيويورك، ولهم شعار واحد رئيسي هو " نحن ٩٩٪" أي نسبة المجتمع الباقية لعد خصم الأغنياء، وهم يريدون احتلال وول ستريت وتعطيلها حتى تحدث عملية إصلاح جدية للنظم والقوانين المنظمة للعمل المصرفي وإحلال مزيد من العدالة الاجتماعية والتقليل من الفقر والبطالة وغيرها من الطلبات المستوحاة من قضايا الربيع العربي العادلة.

وقد ازدادت أعداد المشاركين فيها والمتضامنين معها على الأرض وعلى مواقع التواصل، خاصة وأن الحركة تستخدم مواقع التواصل الاجتماعي بشكل فعال، للتعبير عن أهدافها وحشد التأييد الشعبي والرسمي، وإيصال صوتها للعالم أجمع، وتتمتع بتأييد شعبي يتراوح بين ٥٥٪-٦١٪، وقد زاد الاعتراف الرسمي بعدالة مطالب هذه الحركة بعد أن اتسع نطاق الحركة الاحتجاجية ليشمل عواصم ألف مدينة في ٨٢ دولة حول العالم[1]، وجرت الاحتجاجات في يوم السبت ١٥ أكتوبر من عام ٢٠١١، وقد كان بعضها سلمي والبعض الآخر دموي وسقط فيه قتلى، لتصبح ظاهرة الحراك السياسي عبر مواقع التواصل الاجتماعي سمة عالمية بكل تأكيد، بعد أن بدأت عربية بامتياز نتيجة احتراق جسد البوعزيزي ليضيء شعلة التغيير في العالم أجمع.

إن قوة أدوات الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل هي السبب الكامن في سرعة انتشار الاحتجاجات لتصبح ظاهرة عالمية، وهذه القوة تكمن في:

---

(١) ٨احتجاجات بـ٨٢ دولة للمطالبة بالعدالة، الجزيرة نت، ١٥-١٠-٢٠١١

-لامركزية الشبكات؛ فهيكلية القيادة أفقية وليست هرمية، أي أن الجميع قائد ومشارك في الوقت نفسه، وكذلك يمكن التحكم بها من أي مكان وزمان في العالم.

-عدالة القضية المحورية؛ فحركات الاحتجاج على مواقع التواصل تشترك معظمها بقضية أساسية عادلة ومهمة ألا وهي تحقيق العدالة الاجتماعية عبر التغيير والإصلاح السياسي والاقتصادي والاجتماعي.

-الانتشار الواسع الذي يوفره الإعلام الاجتماعي لقضية الاحتجاج وتعريف العامة بها وحشد التأييد اللازم وجمع المتظاهرين، بأقل كلفة وبأسرع وقت.

-كفاءة أدوات التواصل الاجتماعي كأداة اتصال وتنظيم رخيصة أثناء الاحتجاجات، مما ساهم في مراوغة الشرطة والسلطات ونجاح التظاهر، كما حدث في احتجاجات بريطانيا باستخدام التويتر واليوتيوب لتوجيه التعليمات.

-عدم وعي السلطات بأهمية الحركات المتشكلة عبر مواقع التواصل، ومدى جدية تأثير حراكها السياسي الافتراضي، وعدم فهم القوة الكامنة في هذه المجتمعات الإلكترونية كشبكة واحدة تتحرك بنفس واحد، وعدم التصرف بحكمة بالتعامل معها بلغة القوة فقط، وعدم الإسراع بتلبية مطالب الإصلاح والتغيير.

فطنت الحكومات الغربية والعربية على حد سواء، إلى أهمية استخدام الإنترنت وتقنيات الاتصال في إطار العمل الحكومي الرسمي وتقديم الخدمات للمواطنين، فأنشأت الحكومات الغربية مواقع إلكترونية كقنوات موازية تقدم الخدمات نفسها التي تقدمها من خلال قنواتها الفعلية للمواطنين، وانضمت بعض الدول العربية عقب رؤيتها لفوائد استخدام هذه التقنية إلى ركب الحكومات الغربية، وبدأت بإنشاء وتطوير بوابات للخدمات الحكومية الإلكترونية.

وبعد ازدياد أعداد المشتركين العرب في مواقع التواصل الاجتماعية، وصارت ظاهرة مؤثرة في حياة العديد من المواطنين اليومية، مع وقوع أحداث الربيع العربي، تنبهت العديد من الحكومات العربية إلى ضرورة فتح قناة موازية أخرى لها على هذه المواقع وذلك للتواصل مع مواطنيها بشكل شخصي وحضاري أفضل، وحصدت الحكومات العربية فوائد استخدام مواقع التواصل هذه، خاصة تلك التي بدأت أولاً في تطبيق مبادئ الحوكمة الإلكترونية، بل صارت تعتمد عليها في الدفاع عن النظام ومبادئه في وجه حملات المطالبة بالإصلاح والتغيير، فالسجال السياسي اليوم تعدّى الواقع الفعلي ليشمل البعد الإلكتروني كجبهة رئيسية في هذا السجال.

ماهية الحكومة الإلكترونية E-Government:

إن مصطلح الحكومة الإلكترونية وفق تعريف الأمم المتحدة لعام ٢٠٠٢ يعرف على أنه: استخدام الإنترنت والشبكة العالمية العريضة لتقديم معلومات وخدمات الحكومة للمواطنين، وهنالك تعريف آخر لها على أنها: استخدام تقنية المعلومات لدعم الأعمال الحكومية، والتفاعل مع المواطنين، وتقديم الخدمات الحكومية[1].

---

(١) الشمس، توفيق، الحكومة الإلكترونية، برنامج تحليل وتصميم النظم، معهد الإدارة العامة، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، ٢٠٠٤

وهي تشتمل على ثلاث أبعاد رئيسة:

أولاً:الخدمات الإلكترونية "E-Services "؛ وتشمل التوصيل الإلكتروني لمعلومات الحكومة وبرامجها وخدماتها عن طريق الإنترنت عادة.

ثانياً:الإدارة الإلكترونية "E-Management "؛ وتعني استخدام تقنية المعلومات لتحسين الإدارة في الحكومة، ابتداء من تسهيل طرق تنفيذ الأعمال حتى تحسين انسيابية المعلومات في الدوائر الحكومية.

وثالثاً: التجارة الإلكترونية؛ والتي تحدثنا عنها مفصلاً ولكن نقصد بها هنا بالجانب الحكومي من هذه التجارة، فتبادل السلع والأموال بحاجة إلى توثيق الحصول على الموافقات والمعاملات الرسمية اللازمة لعملية التبادل، وتستطيع الحكومة أن تقدم هذه الخدمات إلكترونياً من باب التسهيل على التجار والشركات، ولتشجيع الاستثمار الأجنبي والمحلي، وتحقيقاً لمبادئ الشفافية والتنافسية وغيرها.

ونماذج الخدمات المقدمة من خلال مواقع الحكومة الإلكترونية متعددة ولكن بصورة رئيسية فهي تنقسم إلى أربع نماذج، وهي الخدمات المتبادلة بين الحكومة والعميل (الفرد من الجمهور) واختصاراً تعرف بـ (G2C)، والخدمات المتبادلة بين الحكومة والأعمال (الشركات والمؤسسات التجارية) وتعرف اختصاراً بـ (G2B)، وأيضاً الخدمات المتبادلة بين مؤسسات الحكومة بين بعضها البعض وتعرف بـ (G2G)، وأخيراً الخدمات المتبادلة بين الحكومة وموظفيها وتعرف ب (G2E).

واليوم تحقق الحكومة الإلكترونية انتشاراً واسعاً بين حكومات العالم كما ورد في تقرير[1] الأمم المتحدة في عام ٢٠٠٥، والتي قامت بتلخيص سريع لنشاطات الحكومة الالكترونية حول العالم واستنتجت بأن هناك مواقع الكترونية تستخدم

---

(١) حكومة الإلكترونية، موقع الموسوعة المفتوحة: ويكابيديا http://ar.wikipedia.org

لتوفير المعلومات والخدمات تخص ١٩٠ دولة مما يشكل ٨٩،٨٪ من الدول الأعضاء، كما تم دراسة جاهزية الحكومات الالكترونية جاءت الولايات المتحدة في المركز الأول تليها الدنمارك فالمملكة المتحدة، أما عربياً فتعتبر دولة الإمارات الأولى عربياً خاصة موقع حكومة دبي والتي كانت سباقة في تطبيق هذا النظام عربياً، تليها دول السعودية والأردن ومصر، ومع ازدياد قناعة الدول العربية بأهمية هذه القناة، يتوقع دخول معظم الدول العربية في قوائم الحكومات التي تمتلك قنوات إلكترونية خدمية.

تقديم خدمات الحكومة الإلكترونية عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد تجاوزت أدوات التواصل الاجتماعي بما تتسم به من قدرات التعاون والمشاركة طبيعة شبكة الإنترنت الساكنة المعتمدة على النشر والتصفح، وأصبحت قوة جديدة قد تُشكل مستقبل الحكومات من خلال إعادة صياغة هياكلها والخدمات العامة التي تقدمها[1]. وعلى وجه التحديد، يمكن لأدوات الإعلام الاجتماعي أن "تعين واضعي السياسات على تحديد الأولويات، وتشجيع الجمهور على تقبل البرامج، وزيادة مستويات الرضا، ومن ثم تعزيز فرص نجاح نتائج السياسات. فعلى سبيل المثال، تتيح مواقع التواصل الاجتماعي - مثل الفيس بوك ويوتيوب وتويتر، وتطبيقات التدوين وتقنيات الهواتف النقالة - للحكومات الانخراط في المعارف الجماعية للمجتمع بشكل سريع ومباشر، ومن ثم يتحول المتعاملون من مجرد متعاطين سلبيين للخدمات الحكومية إلى مستشارين ومبتكرين يساهمون بأفكار تلبي احتياجاتهم الفردية والجماعية بدرجة أكبر.

ثمة طرق عديدة لتصنيف استخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الحكومة، وفيما يلي أحد تصنيفات[2] تلك الطرق:

---

(١) تقرير الأجندة العالمية، المنتدى الاقتصادي الدولي، جنيف، سويسرا، ٢٠٠٩.

(٢) الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة، حكومة الإمارات الإلكترونية - الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١١

١-المشاركة إلى الداخل؛ وتختص بمشاركة وتبادل الوثائق التنظيمية الداخلية في الجهات الحكومية فيما بينها.

٢-المشاركة إلى الخارج؛ وتختص بمشاركة المعلومات والوثائق المشتركة مع باقي الجهات والمؤسسات والأفراد عبر المواقع الإلكترونية الحكومية.

٣-المشاركة الداخلية؛ ومن ذلك مثلاً إجراء استفتاء إلكتروني ضخم على أحد المواقع الإلكترونية الحكومية.

٤-المشاركة الخارجية؛ وتشمل الاشتراك مع عامة الناس في مناقشة مختلف القضايا من خلال المواقع التجارية القائمة، وهذا النوع هو محل التركيز الأساسي لهذه الوثيقة.

ولكن هنالك مخاطر يجب التنبه لها عند تطوير بوابات الحكومة الإلكترونية لتشمل التعامل مع المواطنين عبر مواقع التواصل الاجتماعي، والتي من أهمها: التأثير سلبًا على إنتاجية الموظفين، وتضييق النطاق العريض للشبكة، أو إلحاق الضرر بسمعة الأفراد أو الجهات الحكومية مثلما يحدث من خلال بعض الصفحات أو التعليقات المخصصة لمهاجمة الحكومات والقائمين عليها بداعي كشف الفساد أو غيره بدون أدلة أو إثباتات يستند لها، أو احتمال تسرب معلومات حكومية أو شخصية خاصة ذات حساسية معينة، خاصة وأن هنالك وحدات خاصة لدى جيوش العالم المتقدم لاختراق الصفحات الشخصية للأفراد والحصول على معلومات شخصية بهم وبمن يحيطون بهم من محيط شبكتهم، أضف إلى ذلك مخاطر الحماية، كعمليات التصيد الاحتيالي، والهندسة الاجتماعية واحتمال دخول البرامج الخبيثة والفيروسات وغيرها ... إلى ما هنالك من وسائل اختراق الحماية الإلكترونية.

ويمكن تخفيف هذه المخاطر بتطبيق وسائل التحكم المناسبة، ومن بينها: ضوابط السياسات المعمول بها لدى الاشتراك أو استخدام المواقع الحكومية، حيث

تحدد هذه الضوابط ملامح دليل السلوك والمحتوى عند استخدام أدوات التواصل الاجتماعي، وضوابط الاستحواذ: وتتعلق بالدخول والاشتراك في مواقع التواصل الاجتماعي التجارية التي تسمح بقدر عال من إعدادات الحماية والخصوصية وبمزيد من التحكم في المعلومات (كوضع تدابير صارمة للتحقق من الهوية أو ملفات تعريف الارتباط)، بالإضافة إلى ضوابط التدريب: وتتعلق بآليات زيادة وعي الموظفين بتلك الأدوات عبر تزويدهم بالدورات الخاصة بالسياسة والسلوك وأفضل الممارسات فيما يتعلق باستخدام أدوات التواصل الاجتماعي.

فوائد استخدام مواقع التواصل الاجتماعي كقناة للحكومة الإلكترونية:

هنالك فوائد عامة لتوظيف وسائل الحكومة الإلكترونية المتعددة من قبل السلطات الرسمية لخدمة مواطنيها، وهي الآتي:

١-زيادة فعالية الأداء الحكومي من خلال تنفيذ الأعمال بانسيابية؛ إن استخدام نظم تقنية المعلومات يقلل عدد الخطوات في الروتين المطلوب لتنفيذ الأعمال، ويحول الوظائف التي كانت يدوية إلى تلقائية، كما أنه يقلل من استخدام الورق وتنقلات المعاملات بين الموظفين.

٢-تحسين الاتصالات الداخلية؛ إن استخدام التكنولوجيا للاتصال داخل الحكومة يجعل من السهل نقل المعلومات الدقيقة في الوقت المناسب للشخص المناسب بكل سهولة ويسر. ويعد البريد الإلكتروني من الوسائل المفيدة في نقل المعلومات والوثائق وتوزيعها بدلاً من طباعتها وتوزيعها بالطريق الاعتيادية.

٣-تقديم خدمات أفضل للمستفيدين؛ فقد حسنت التكنولوجيا من طريقة خدمة المواطنين سواء كانوا أفراداً أم شركات، وذلك عن طريق توفير الوصول إلى المعلومات بطريقة الخدمة الذاتية من خلال الإنترنت أو من خلال أنظمة الهاتف الآلية حتى خارج أوقات الدوام الرسمية وطيلة أيام السنة، ومن أي مكان في

العالم[1].

٤-توفير التكلفة والوقت والجهد المطلوب من الحكومات لتقديم الخدمات العامة للمواطنين؛ فتوفير قناة متخصصة لتقديم الخدمات إلكترونياً للمواطنين، سيفرغ الموظفين الحكوميين لتقديم خدمات أفضل وأسرع لمن يطلبها، وبالنهاية سيتحسن الأداء العام للمؤسسات وبكلفة أقل.

٥-المساواة في إيصال المعلومات وتقديم الخدمات لكافة قطاعات الشعب؛ فعند تقديم الطلبات من خلال بوابات الخدمة الإلكترونية، فإن الموقع لن يميز بين وزير ومواطن عادي، فالجميع متساوون أمام شاشة الحاسوب، والأسبقية لمن يتقدم أولاً بطلب الخدمة.

٦-القضاء على الفساد والرشوة والمحسوبية؛ فمن خلال تقديم الطلبات الإلكترونية ودفع الرسوم أيضاً إلكترونياً، ومع وجود أنظمة الرقابة الإلكترونية، فإنه من الصعب محاولة الخداع والغش واستغلال الوظيفة الحكومية لأغراض شخصية، فكل شيء موثق ومضبوط، وسيتحقق معنى الحوكمة والشفافية بشكل حقيقي.

٧-تشجيع الاستثمار المحلي والأجنبي وتحسين سمعة البلد؛ عندما تتحقق معاني الحوكمة والشفافية والمحاسبة، فإن من هذا أن يشجع الاستثمار المحلي والأجنبي ويزيد الثقة في الاستثمار في هذا البلد، خاصة مع سهولة تنفيذ الإجراءات عبر الحكومة الإلكترونية وخدماتها، وهو سيعمل على تحسين سمعة البلد وتحسين تصنيفها الائتماني الدولي وبالنهاية زيادة معدلات النمو.

٨-الإعلام والترويج لإنجازات الحكومة؛ إن تقديم معلومات وخدمات إلكترونية يمكن أن يساعد في جذب المواطنين والمستثمرين الجدد الذين

---

(١) ابد ١٧

يتطلعون للفرص المناسبة. وتقدم الحكومة الإلكترونية وسيلة إعلامية مباشرة جنبًا إلى جنب مع الصحف والإذاعة والتلفزيون للترويج لأعمال الحكومة.

ولكن هنالك فوائد أخرى خاصة بتوظيف مواقع التواصل الاجتماعي كقناة من قنوات الحكومة الإلكترونية ألا وهي:

١-تحسين التواصل بين الدولة ومواطنيها؛ وهي أهم فائدة لاستخدام مواقع التواصل كأداة لتقديم الخدمات الحكومية، كونها تقرب المسافة بين الحكومة والمواطنين، وتعطي العلاقة طابعاً شخصياً، خاصة عند إنشاء مدونات حكومية، وصفحات إعلام حكومي على مواقع التواصل، وكذلك صفحات المسؤولين الخاصة بهم وبأفكارهم السياسية، فإنها تفتح قنوات جديدة للحوار والتفاعل والاستماع لهموم وشكاوي المواطنين، وهذا بدوره سيشعر المواطنين أن الحكومة تستمع لهم ولآرائهم، وأنهم صاروا أقرب لدوائر صنع القرار، فيزداد انتمائهم لدولتهم.

٢-تسهيل وصول المعلومات والقرارات للمواطنين وبسرعة؛ فالاستخدام المستمر والمتواصل من قبل شريحة كبيرة من المواطنين، والتواصل معهم من خلال أدوات التواصل الاجتماعي، يضمن للحكومة وصول القرارات والقوانين والتعليمات الجديدة أولاً بأول لأسماع المواطنين.

٣-زيادة مشاركة الشعب في اتخاذ القرار وتنفيذ البرامج؛ فاستخدام الحكومة لمواقع التواصل الاجتماعي كوسيلة لحشد التأييد الشعبي وراء قراراتها وبرامجها ومشاريعها التنفيذية، سيضمن الحصول على تأييد الشعب، وسيقلل من الاضطرابات، وسيؤدي إلى مزيد من التعاون المحلي.

٤-دور أكبر للمسؤولين وممثلي الشعب؛ فمن خلال تواصل المسؤولين وممثلي الشعب مع منتخبيهم، فإن هذا سيعزز من مبادئ الديمقراطية والحوكمة والشفافية، وهذا سيعطي دوراً أكبر للمسؤولين، وسيقلل من المخاطر الداخلية والخارجية، وسيؤدي إلى انتهاء استخدام حجة نظريات المؤامرة كسبب من أسباب القمع وتجاهل رغبات الشعب.

٥-ربط المجتمعات المحلية والخارجية بعضهم مع بعض وبحكومتهم، فمواقع التواصل هدفها الرئيسي ربط الناس بعضهم مع بعض، ويمكن أن تستخدم لتحسين ترابط الحكومة بمجتمعاتها المحلية والمغتربين في الخارج، وبالتالي زيادة لحمة المجتمع.

٦-تطوير الخدمات العامة المقدمة إلكترونياً؛ لتشمل هذه الخدمات مستقبلاً الصحة والتعليم بشكل أوسع مما هو قائم اليوم، فمثلاً سيتواصل الناس مباشرة مع أطباء حكوميين من خلال هذه المواقع للاستفسار وحتى الفحص الشامل وإجراء العمليات عن بعد باستخدام تقنيات الروبوت، وكذلك التدريس والتعليم عبر هذه المواقع، وهذا سيعمل على تطوير المناطق النائية بالإضافة للمناطق الحضرية، وسيقلل من كلف هذه الخدمات المرهقة لميزانيات الدول.

٧-تعزيز الدبلوماسية الخارجية وجعلها ذات طابع شخصي؛ فيستطيع مسؤولي الخارجية أن يتحاوروا مع مسؤولي دول أخرى، والتحاور بقضايا مشتركة تهم البلدين وبشكل شخصي وبعيد عن البيروقراطية والرسميات، وبالتالي قد يساعد هذا في حل النزاعات العالقة، أو فهم وجهة نظر الآخر على أقل تقدير.

ونتيجة للفوائد التي ذكرناها، فمن الحتمي أن يزداد اهتمام الحكومات العربية باستخدام مواقع التواصل وإنشاء بوابات للحكومة الإلكترونية من خلالها، وهذا سيعطي دوراً مستقبلياً مهماً لهذه المواقع ولمن يستطيع استغلالها لأمن وحماية وازدهار المجتمع والدولة في آن واحد.

الاستخدام الخاطئ لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الحكومات:

كما أن هنالك حكومات استفادت وتستفيد من استخدام مواقع التواصل الاجتماعي وقنوات الإعلام الاجتماعي لتحسين التواصل وتقديم الخدمات للمواطنين، فإن هنالك دولاً أخرى لم تتمكن حتى من الاستفادة منها، بل هنالك

دول استخدمتها لمراقبة وقمع وترهيب المواطنين، ولذلك فإن الاستخدام الخاطئ لمواقع التواصل الاجتماعي من قبل الحكومات يتمثل بالتالي:

١-ضعف الإمكانات المالية والتقنية اللازمة لإنشاء حكومة إلكترونية؛ فهنالك دول لم تتمكن من الاستفادة من مواقع التواصل الاجتماعي، لضعف الإمكانات المادية كضعف البنى التحتية وشبكات الاتصال، بل انعدامها في بعض دول العالم الثالث، كذلك يضاف ضعف القدرات المالية لتمويل مشروعات التطوير اللازمة، وعندما يضاف ضعف الإمكانات التقنية وغياب الخبرات المحلية اللازمة لمثل هذه المشروعات، فإنه من المؤكد صعوبة إقامة حكومة إلكترونية بشكل كفؤ، وعلى الأغلب سيكتفى بموقع للمعلومات العامة الرسمية فقط في هذه الحالة الصعبة وفي غياب الدعم الدولي.

٢-استخدام مواقع التواصل وأدواتها للتضييق على المواطنين؛ فقد تستخدم الحكومات خاصة القمعية منها أدوات التواصل الاجتماعي لمراقبة تحركات المواطنين ونشاطاتهم الشخصية، وكذلك اختراق صفحاتهم للحصول على معلوماتهم الشخصية وبمعلومات المحيطين بهم، وبالتالي يتعزز مفهوم الأخ الكبير والذي يراقب كل صغيرة وكبيرة، وتتعطل مسيرة الإصلاح ويصبح الحل الأمني هو السبيل الوحيد لجميع مشاكل المجتمع، وقد ثبت عقم هذه الطريقة الخاطئة في استخدام المواقع للتجسس والمراقبة، خاصة عندما فشلت حكومات الربيع العربي القمعية من منع استخدام المواقع لحشد التأييد للثورات، وبقطع الإنترنت، ومراقبة رسائل البلاك بيري بعد سماح الشركة للحكومات العربية بمراقبة الخادم، وغيرها من أمور ثبت فشلها.

لقد انتهى النقاش حول إذا ما كانت هذه التكنولوجيات تفيد الديمقراطيين أو الدكتاتوريين. وهذا لا يعني أن الدكتاتوريين لا يستخدمونها بشكل فعال، بل على العكس. فلا شك في أن أدوات المراقبة المتطورة تعزز خطورة القمع. لكن بشكل

عام، لقد برهن التاريخ المعاصر أن تكنولوجيات الشبكة التي تشكل الجهاز العصبي للحياة السياسية والاقتصادية والاجتماعية تقاوم عادةً السيطرة المركزية وتعزز التحركات والأفكار غير المركزية. ويصبح السؤال بالتالي كيف يمكن حشد هذه القوى لخدمة مصالح الأسرة الدولية في الارتقاء بالأمن والازدهار الاقتصادي وتحقيق الطموح السياسي.

فاليوم صار من الواجب على الحكومات العربية وحكومات العالم بشكل عام، أن تستوعب الدروس المستفادة من الربيع العربي، فلا يمكن لأحد مهما بلغت تقنيته أن يتصدى للقوة الزئبقية التي تتمتع بها مواقع الشبكات الاجتماعية ، وقدرتها على التأثير بالناس وحشدهم وراء القضايا العادلة للتغيير، ومن لا يستطيع أن يفهم قوة هذه الشبكات وتضامن مجتمعاتها الإلكترونية، فإنه سيخسر بالتأكيد.

ومن لا يوظف هذه القدرات التقنية لتحقيق الإصلاح الشامل وتعزيز مبادئ الديمقراطية والعدالة الاجتماعية، فإنه سيفوته قطار التغيير ولن ينفعه أن يفهم الدرس متأخراً كزين العابدين، أو أن يتنحى بعد فوات الأوان كمبارك، وأن يستعين بالملايين الوهمية الزاحفة كالقذافي، والذين انتهوا نهاية مأساوية كل بحسب عمله، فالأفضل هو الاستعانة بالقدرات المحلية والتضامن العربي لإنشاء بوابات حكومية إلكترونية مشتركة تعزز من أطر التضامن العربي، وهو أمر يحتاج إلى قرار سياسي جماعي وموحد، وإلى تضافر الجهود بالمال والعمل، لكي نضمن حماية هذا الوطن العزيز علينا جميعاً من الهجمات والمؤامرات الخارجية، وتحقيق مبادئ الإصلاح والتغيير الحقيقي لخدمة المجتمعات العربية والإسلامية.

(**في ضوء خصائص مواقع التواصل الاجتماعي**)، ينبغي على الجهات الحكومية اتخاذ القرارات المناسبة في المسائل التالية لكي تضمن الاستخدام الأمثل لخدمة مواطنيها:

- اختيار الموظفين الذين سيتولون إدارة المحتوى على الحساب الخاص بالجهة الحكومية والتفاعل مع الجمهور.

- "إدارة دورة حياة" المحتوى المنشور على مواقع التواصل الاجتماعي، ومن ثم إدارة حذف / إزالة المعلومات التي قد تصبح غير ذات صلة لسبب أو لآخر.

- تبني الجهة الحكومية استراتيجية التنسيق- إن وجدت - لإدارة المحتوى المرسل من المستخدمين كما ينبغي توعية المستخدمين به بشكل واضح، لتحديد توقعاتهم وتوجيه مشاركاتهم. وبصفة أساسية، إن كانت مساهمة المستخدم ضمن سياق عنوان المناقشة - بغض النظر عن كونها سلبية أو إيجابية - يجب السماح ببقائها، غير أنه متى كان المحتوى يمثل نوعًا من التعدي أو الإهانة، أو خارجاً عن السياق والقانون، جاز حذفه[1].

---

(١) المصدر: الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١١.

دور مواقع التواصل الاجتماعي
في تحقيق الديمقراطية الإلكترونية في المستقبل

مع ازدياد الوعي الرسمي والشعبي بأهمية مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها التقنية، كأداة للحوكمة والتغيير الاجتماعي والاقتصادي والسياسي، ازداد التركيز على تنفيذ وتطوير وسائل التواصل هذه واستخدامها للإصلاح والتغيير وتحقيق مبادئ الديمقراطية، وبالتأكيد سيزداد التركيز على هذه القناة المهمة كأداة لتحقيق ما يسمى الديمقراطية الإلكترونية، والتي ستكون وسيلة المستقبل للحراك السياسي ولإدارة الدولة بمؤسساتها الثلاث، التنفيذية والتشريعية والقضائية، وستصبح مواقع التواصل الاجتماعي أداة أساسية لتحقيق هذا النوع من الديمقراطية في مستقبل الشعوب.

مفهوم الديمقراطية الإلكترونية:

الديمقراطية الإلكترونية[1] أو الويبقراطية[2] جزء لا يتجزأ من السياسة ومن طريقة تعاطي الديمقراطية في عصرنا اليوم، ولكن الخبراء يتوقعون سيطرتها مستقبلاً وأن تصبح هي الشكل الرئيسي لتداول السلطات واتخاذ القرار مستقبلاً، وتعرف اليوم بأنها ذلك الشق من الحكومة الإلكترونية والذي يعني بقضايا حساسة على مستوى البلاد وصورتها الديمقراطية وهو يعالج موضوعات مشاركة المواطن في عملية المحاسبة والمساءلة عبر تقديم المعلومات الكافية عن أداء الحكومة عبر الإنترنت ووسائل التكنولوجيا المختلفة، من جهة أخرى، ومع وجود نظام حماية عالي الكفاءة فمن الممكن للمواطنين المشاركة بالانتخابات عبر الإنترنت مما يؤدي إلى زيادة نسبة المشاركة وسرعة إصدار النتائج بالإضافة إلى

---

(١) الديمقراطية الإلكترونية، موقع الحكومة الالكترونية: http://www.egovconcepts.com، ٢٠٠٩/٦/٤

(٢) تعبير مجازي عن حكم أصحاب الويب أو الإنترنت

تخفيض استهلاك الموارد البشرية المطلوبة لإدارة عمليات الاقتراع والتصويت.

وهنالك خمسة أبعاد للعملية الديمقراطية الإلكترونية وهي:

أولاً: أنظمة الاقتراع الإلكترونية؛ ويجب أن يصار إلى اعتماد أنظمة موثوقة، أمينة، تسمح للناخب بالانتخاب مرة واحدة فقط، وتكون سهلة الاستخدام والوصول من قبل المواطنين.

ثانياً: النشاطات السياسية عبر الإنترنت؛ تشجيع نشر أجندات الأحزاب والقوى المختلفة، تطوير العلاقة السياسية بين الشعب والدولة وتطوير مفهوم التجمعات الشعبية الإلكترونية عبر إنشاء مجموعات إلكترونية (eCommunities).

ثالثاً: الشفافية والثقة الإلكترونية؛ عبر نشر جميع وثائق الحكومة عبر الإنترنت إلا في حالات الوثائق الأمنية والعسكرية أو التي يكون ضرر نشرها أكبر من ضرر إخفائها، وستساعد هذه الخطوة الحكومة على محاربة الفساد الإداري نظراً لكشف المعلومات أمام الشعب الذي سوف يحاسب المسؤولين على ما يقرأ ويرى.

رابعاً: المشاركة الديمقراطية؛ استطلاع رأي الشعب الكترونياً ونشر القرارات الحكومية قبل اتخاذها من أجل أخذ آراء المواطنين فيها.

خامساً: تقليل الفجوة الرقمية؛ وذلك بالعمل على تحسين البنى التحتية للاتصالات، والتركيز على تطوير البوابات الحكومية الإلكترونية، وتعزيز وجود الحكومة على مواقع التواصل، وتشجيع ثقافة استخدام الإنترنت بين المواطنين وتثقيفهم بضرورة المشاركة بالحياة السياسية عبر المواقع الإلكترونية، في الدول المتخلفة والنامية ومنها الدول العربية ، وبذلك سيتقدم الوطن العربي وسيصبح في مصاف الدول المتقدمة بخصوص تطبيق الديمقراطية الإلكترونية.

دور مواقع التواصل الاجتماعي في تعزيز الويبقراطية:

الديمقراطية الإلكترونية أو الويبقراطية، ستكون هي السبيل المسيطر للحكم في مستقبل الحضارة البشرية، وسيتم إدارة الحكم من خلال مواقع الإنترنت وبوابات الحكومة الإلكترونية وأدوات التواصل الاجتماعي، وستصبح الوسيلة الحقيقية للإصلاح وتحقيق التغيير هو عبر هذه المواقع.

وستؤدي مواقع التواصل الاجتماعي دوراً محورياً في هذه العملية السياسة الجديدة، لما لها من أثر وفوائد على حياة الشعوب، فستستمع الشعوب الخطب السياسية عبر اليوتيوب ، وسيشتركون بالعملية الانتخابية من خلال الفيس بوك ، وسيستلمون التعليمات الرسمية عبر التويتر، وستصبح الأحزاب ناشطة إلكترونياً عبر مجتمعات التواصل، ليتعزز مفهوم الويبقراطية بكافة أشكاله.

وسيصبح الصراع السياسي صراعاً إلكترونياً على صفحات هذه المواقع، والغلبة ستكون بالتأكيد لمن يملك التقنية والمعرفة والخبرة اللازمة لتطويع قدرات هذه التقنية والاستفادة منها بشكلها الأمثل.

الفصل الخامس

البعد الديني للشبكات الاجتماعية

﴿ يَا أَيُّهَا النَّاسُ إِنَّا خَلَقْنَاكُم مِّن ذَكَرٍ وَأُنثَىٰ وَجَعَلْنَاكُمْ شُعُوبًا وَقَبَائِلَ لِتَعَارَفُوا ۚ إِنَّ أَكْرَمَكُمْ عِندَ اللَّهِ أَتْقَاكُمْ ۚ إِنَّ اللَّهَ عَلِيمٌ خَبِيرٌ ﴿١٣﴾ ﴾ [الحجرات: ١٣]

الشبكات الاجتماعية سلاح ذو حدين

العالم كما نعرفه اليوم قد تغير، وذلك بفعل الهزة التكنولوجية العالمية والتي غيرت من ملامحه الاجتماعية، والاقتصادية، والسياسية والدينية، فعصر الانترنت قد جب ما قبله من عصور، وتغيرت ملامح الحضارة البشرية بفعل هذا الاختراع العظيم، ولعل أكثر نقاط التغيير هذا حساسية هي البعد الديني لهذه الثورة التكنولوجية، وهي محل اختلاف العديد من العلماء والعامة على حد سواء، فهل هذه التكنولوجيا وما تحمله من أدوات وعلى رأسها الشبكات الاجتماعية تعد أدوات هادمة للدين والأخلاق أم أنها أدوات جديدة تضاف للأدوات التقليدية في نشر وتعزيز مبادئ الدين والأخلاق.

ولعل الصراع الأزلي بين العلم والدين، هو الذي أجج هذا الاختلاف حول أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على المجتمعات سواء عربية كانت أم غربية، بل قد نشأ هذا الجدل مسبقاً في الغرب، خاصة وأن علاقة الكنيسة بالعلم ومخرجاته، لطالما كانت علاقة شك وخصام، فمن اضطهاد غاليليو لتجرئه على سلطة الكنيسة بقوله: إن الأرض كروية، إلى معارضة استخدام تقنية الجينات والاستنساخ في الطب، حتى ثورة الشبكات الاجتماعية في يومنا هذا، ما يزال يثار موضوع التقنية وأثرها على الدين، ولكن هنالك أديان أسرع للاستجابة مع تطور العلم من غيرها، بل هنالك أديان ترفض التطور كليا وتعتبره كفراً بالعادات القديمة والتي ورثوها عن آبائهم.

وفي عالمنا العربي نرى أن من أهم سمات دين الإسلام هو تأقلمه مع واقعه المعاصر، فهو دين ينفع لكل زمان ومكان من حيث إن أركانه العقائدية ثابتة فهي وحي من السماء ولذلك لا تتغير عبر الزمن مما يعطيه خاصية الثبات والاستقرار، ولكن في الوقت نفسه فإن من رحمة الله عز وجل أن جعل منافذ فقهية ومرونة في الأحكام العامة وخاصة في إطلاق الأحكام على مستجدات الأمور والأحداث

الطارئة عبر الزمن والتي تواجه المجتمع الإسلامي، فخلق آليات لعلماء الأمة لكي يستخرج ويستنتج الحكم الشرعي وإطلاقه على حدث لم يرد فيه كتاب ولا سنة ولا إجماع الصحابة فيه، آليات مثل إجماع علماء الأمة، القياس بناء على أحكام مشابهة ورد فيها الكتاب والسنة، واستنباط الأحكام من القرآن والسنة، واستحسان الحكم الذي يحقق مصلحة الجماعة، واستصحاب، والعرف وغيرها من آليات وجدت رأفة بالعباد ولكي تضمن تأقلم واستمرار هذا الدين الحنيف.

لذلك الخلاف حول استخدام الانترنت وشبكاته الاجتماعية، وتسخير قدرات هذه الثورة الإلكترونية لخدمة الإسلام والبشرية جمعاء، يرد هذا الخلاف إلى آليات استنباط الحكم الشرعي، ولذلك استخدمت في هذا الفصل أحكام الانترنت الشرعية وما ورد فيها من إجماع العلماء وَقِسْتُه على الشبكات الاجتماعية فالتقنية واحدة والمقصد واحد ودليل الحكم الشرعي واحد كذلك.

ويصبح الحكم على هذه التقنية رهن المقصود بها، وحسب القاعدة الفقهية "الأمور بمقاصدها"[1] فإن هذه التقنية يمكن أن تستخدم لخير البشرية جمعاء، من تجارة وصلة أرحام و دعوة للإسلام ومنبر لكشف فساد الحكام، أو ممكن أن تكون مدخلاً للفتنة والزنا والاحتيال و الدعوة ضد الإسلام، فهي سلاح ذو حدين، ويبقى أمر استخدام هذا السلاح رهينة بيد مالكه، أخير أريد به أم شر!

---

(١) الدعاس، عزت، القواعد الفقهية مع الشرح الموجز، الطبعة الثالثة، دار الترمذي، لبنان، ١٩٨٩، ص١٢

أحكام إنشاء أو الاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي

حكم إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي:

إن الإسلام من أحرص الأديان على العلم، فهو يحث على التعلم ولو في أقاصي الأرض، فهو من ناحية يهدف على رفعة المجتمع الإسلامي وتحقيق رفاهيته وتسهيل عبادته لله عز وجل، وكل ذلك يتعزز ويصبح ممكناً من خلال العلم، والتكنولوجيا اليوم هي من نتائج تطور العلوم المباشرة، والإنترنت هو من ثمرات تطور علوم الحاسوب، والذي أثبت أنه حيوي وضروري في مجالات الاتصال والتجارة والسياسة وغيرها من مجالات الحياة، وشبكات التواصل الاجتماعي اليوم هي من مظاهر تطور ذلك العلم، فالتقنية المستخدمة في برمجتها وتصميمها وتسويقها، واجب على المسلم تعلمها(واجب كفاية إن قامت به جماعة سقطت عن الباقين كالطب والهندسة وغيرها من علوم بناء المجتمع) من باب استعداد المسلمين لو احتاجوا للدفاع عن الأمة أو تزويدها بما تحتاجه، بناء على الآية الكريمة: ﴿وَأَعِدُّواْ لَهُم مَّا ٱسۡتَطَعۡتُم مِّن قُوَّةٖ وَمِن رِّبَاطِ ٱلۡخَيۡلِ﴾ [الأنفال: ٦٠]، والتي تحث الأمة على الاستعانة بأسباب القوة سواء أكانت قوة عسكرية أم سياسية أم اقتصادية أم تكنولوجية.

والمعركة بين الأمم اليوم هي معركة ثقافة وإعلام، أو ما يعرف بصدام الحضارات، بين غرب وشرق، ومن أهم ساحات تلك المعركة، مواقع الإنترنت وعلى رأسها مواقع التواصل الاجتماعي، لذلك فإنه من الضروري وجود مواقع تواصل اجتماعية إسلامية تدافع عن الإدعاءات الكاذبة والمشوهة للإسلام، وتوضح فكره الراقي والحضاري، واليوم توجد الآلاف من مواقع الانترنت العربية ومواقع التواصل الاجتماعي العربية ، ومنها الصالح وكثير منها الطالح، والأساس في معرفة تصنيفها هو الغاية والمقصد من إنشائها وبحسب الحديث الشريف «إنما الأعمال

بالنيات، وإنما لكل امرئ ما نوى»[1] .

لذلك فإن العلماء قد صنفوا أحكام استخدام الشبكة والدخول فيها يعتريه الأحكام التكليفية الخمسة (الوجوب ، والندب ، والإباحة ، والتحريم والكراهية).

فإنشاء مواقع التواصل الاجتماعي يعتبر واجباً في حال كونها مواقع تدعو للتواصل من أجل نشر الإسلام أو تدحض تهماً عنه، أو تفند ادعاء ظالماً ضده، أو تأمر بمعروف وتنهى عن منكر[2].

وقد يكون إنشاء موقع التواصل الاجتماعي مندوباً، إن أنشأ من أجل التعلم كشبكة لطلاب الجامعات والتواصل مع أساتذتهم، أو استخدام اليوتيوب لبث برامج تعليم المدارس، أو استخدام السكاي بي من أجل تواصل العلماء المسلمين في القضايا الفقهية المعاصرة وغيرها من استخدامات متعددة مفيدة.

ويكون مباحاً في حالة إنشاء الموقع فيما لا محرم فيه ولا مكروه، كصفحة على الفيس بوك من أجل الاطلاع على أخبار الصحف ، والمعلومات العامة، والاطلاع على أسعار السلع والتسوق، وغيرها من الأمور المباحة.

ويكون مكروهاً في حق من يسرف في استعمال الشبكة الاجتماعية ومواقعها في غير مصلحة ظاهرة ، أو ينشغل بها عن نوافل الطاعات والعبادات.

ونهاية يكون حراماً إن كانت النية من إنشائه هي في المحرمات والتي ورد

---

(١) رواه الستة.

(٢) يقول الشيخ محمد بن صالح بن عثيمين-رحمه الله- عن استخدام وسائل الإعلام في الدعوة إلى الله عز وجل : (أرى أنه يجب استخدام وسائل الإعلام في الدعوة إلى الله عز وجل ، لأن ذلك مما تقوم به الحجة ، وأرى أن وسائل الإعلام تستخدم في الدعوة إلى الله عز وجل على وجوه شتى ... وأرى أنه يجب استغلال هذه الفرصة ، ونشر الدعوة إلى الله تعالى من خلال هذه الوسائل)، للمزيد ارجع ل الصحوة الإسلامية - ضوابط وتوجيهات - للشيخ محمد بن صالح بن عثيمين ص١٧٨ ، دار القاسم - الطبعة الثالثة - ١٤١٦هـ .

تحريمها في الكتاب والسنة، كإنشاء موقع تواصل من أجل التعرف على الجنس الآخر والاختلاط غير المشروع، أو من إنشاء الصفحات على الفيس بوك لترويج المواقع الإباحية، أو نشر صور فاضحة، أو قذف المحصنات وسب الناس، أو إنشاء موقع للاحتيال على الناس وأخذ معلوماتهم المالية، أو الدعوة إلى غير الإسلام والتحريض على الفتنة بين المسلمين، وغيرها مما ورد في تفصيله قرآناً أو حديثاً مانعاً[1].

حكم الاشتراك بمواقع التواصل الاجتماعي:

كما بينا سابقاً وفق القاعدة الشرعية "الأمور بمقاصدها" فإن الاشتراك بموقع التواصل الاجتماعي يكون بنية صاحبه والغرض من اشتراكه هذا، فإن كان لخير فإنه يندرج تحت الأحكام الثلاثة: واجب أو مباح أومندوب، أما إن كان لشر أريد به الأمة أم الفرد، فهو إما مكروه أو حرام.

والواجب أن يتحرى المسلم الموقع قبل الاشتراك فيه ويتأكد من غرضه، فإن كان لخير اشترك، وإلا فالسلامة والابتعاد عن الشبهات أولى له، فالمؤمن كيس فطن كما ورد في حديث الرسول الكريم ﷺ يبتعد عن الشبهات والظنون ويتجنب المحرمات مرضاة لله تعالى.

تستطيع التأكد من غرض الموقع من خلال:

- صفحات التعريف الخاصة به مثل "من نحن"، "رؤيتنا"، "رسالتنا" ومنها تستطيع أن تحكم على الغرض من هذا الموقع.

- المواقع التي تحتوي على إعلانات خلاعية وصور فاضحة فور أن تفتحها ،

---

(١) للمزيد عن هذه الأحكام، راجع رسالة السند، عبد الرحمن، أحكام تقنية المعلومات"الحاسب الآلي وشبكة المعلومات(الإنترنت)"، قسم الفقه المقارن، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٣

غالباً ما يكون الغرض منها محرماً، أما المواقع التي يكون غرضها مبطناً، فعادة ما تحتوي صفحاتها الداخلية على الغرض الحقيقي منها، مثل المواقع التبشيرية وغيرها.

حكم الاختلاط عبر مواقع التواصل الاجتماعي

إن الهدف الأساسي من وراء إنشاء مواقع التواصل الاجتماعي في الغرب كان من أجل تكوين شبكة للتعارف والاختلاط بزملاء الدراسة أو العمل، وقد انتقل لنا هذا الابتكار بأهدافه كما هو، وهو ما سبب صدمة ثقافية اجتماعية لدى شعوبنا كما بينا في الفصول السابقة من هذا الكتاب، وهو ما سبب ضرراً أكثر من نفع، كما تبين من دراسات الطلاق والتي حددت أن استخدام الإنترنت ومواقعه الاجتماعية كان السبب الرئيس في حالات الطلاق بحوالي ٦٣٪ في السعودية و٦٨٪ في مصر على سبيل المثال، فهل كان السبب هو حرية الاختلاط التي توفرها هذه المواقع أم الاستخدام الخاطئ لها، وإن كان كذلك فما هي نظرة الإسلام لهذا الاختلاط وما هي أهم ضوابطه؟.

حكم الاختلاط عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أجمع فقهاء المسلمين أن الاختلاط من أجل الاختلاط بين الجنسين هو محرم بالكتاب والسنة، وفي الحديث الشريف (لا يَخْلُوَنَّ أَحَدُكُمْ بِامْرَأَةٍ فَإِنَّ الشَّيْطَانَ ثَالِثُهُمَا) رواه الإمام أحمد في المسند، وقد حث الرسول الكريم على غض البصر عند مرور النساء، وأمر بباب لهن يدخلن منه إلى مسجد النبي ﷺ في المدينة، وتبيان ذلك كون الشيطان يفتن الرجال بالنساء، وقد يكون ذلك باباً للزنا أو غيره والعياذ بالله.

أما الاختلاط المسؤول ولغاية مفيدة مثل العمل أو التعلم فقد اختلف فيه العلماء، فمنهم من أفتى بتحريم الاختلاط قطعاً وهم المتشددون، والأعم والأغلب أباح هذا الاختلاط ولكن بحدود، مثل فتوى الشيخ يوسف القرضاوي- رئيس الاتحاد العالمي لعلماء المسلمين- والقائلة " إن اللقاء بين الرجال والنساء في ذاته إذن ليس محرمًا بل هو جائز أو مطلوب إذا كان القصد منه المشاركة في هدف نبيل، من علم نافع أو عمل صالح، أو مشروع خير، أو

جهاد لازم، أو غير ذلك مما يتطلب جهودًا متضافرة من الجنسين، ويتطلب تعاوناً مشتركًا بينهما في التخطيط والتوجيه والتنفيذ. ولا يعني ذلك أن تذوب الحدود بينهما، وتنسى القيود الشرعية الضابطة لكل لقاء بين الطرفين، إنما الواجب في ذلك هو الاشتراك في الخير، والتعاون على البر والتقوى، في إطار الحدود التي رسمها الإسلام، ومنها: **أولاً**: غض البصر بين الفريقين، **ثانياً**: الالتزام من جانب المرأة باللباس الشرعي المحتشم، **ثالثاً**: الالتزام بأدب المسلمة في الكلام وفي المشي وفي الحـركة ، وخصوصًا في التعامل مع الرجال، **رابعاً**: الحذر من أن يختلي الرجل بامرأة وليس معهما محرم، **وخامساً**: أن يكون اللقاء في حدود ما تفرضه الحاجة" (١).

وفي ذلك أفتى أيضاً الدكتور أحمد الكردي "فالعلاقة بين الجنسين الأجنبيين عن بعضهما ممنوعة، إلا في حدود الضرورة أو الحاجة الماسة، وبدون خلوة، ومع الحجاب الكامل، وبمعرفة الأهل.

فالحديث بين الجنسين ممنوع لخطورته مهما كانت النيات طيبة، لأن له انعكاسات خطيرة تتسلل للنفس مع نزعات إبليس، فيجب تجنبها، إلا في حدود الضرورة، أما مع سوء الأخلاق فيحرم الاختلاط مطلقاً، سواء مع ثالث أو رابع أو غير ذلك، دفعاً للفتنة.وفي كل الأحوال الأحوط تجنب مثل هذا الأمر من أصله، لما قد يترتب عليه غالباً من الفتن، وما ينطوي عليه من المخاطر" (٢)، وأجاز الدكتور الكردي اختلاط المرأة مع البائع من غير خلوة معه وفي حدود الحاجة، مع وجوب ستر الوجه (مع كل البدن) أمامه.

ويقاس على ذلك حكم الاختلاط عبر الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعية

---

(١) فتوى الشيخ القرضاوي في عدم حرمة الاختلاط بالمطلق، موقع الشيخ القرضاوي، ٣٠-٩-٢٠٠٩.

(٢) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=42000

وإباحته في حدود الشروط التي ذكرناها وللضرورة، والأسلم هو عدم الرد على رسائل الأجانب لكونها تفتح باباً للفتن، خاصة وأن الفراغ يتعاون مع الشيطان على المرء لكي يؤدي به إلى التهلكة عبر نافذة مغرية كنافذة مواقع الواصل الاجتماعي للاختلاط، والأسلم هو التحدث مع من تعرفهم من الأقارب من غير المحرمين، كذلك لا بد من مراقبة مواقع التواصل من قبل الأهل وتنبيههم بأحكامها حتى لا يبقى الجهل حجة تؤدي بصاحبها إلى التهلكة.

لقد تطورت وظيفة الشبكات الاجتماعية مع الزمن، لتتعدى الجوانب الاجتماعية منها إلى جوانب حياتية وعملية أكثر، مثل السياسة والتعليم والتجارة وغيرها، حتى وصلت لمئات المليارات من تبادل للسلع والنقود عبرها أو من خلال استعمالها للإعلان عن تلك السلع وغيرها من وسائل للتجارة الإلكترونية، وبما أن أحكام الشريعة الإسلامية الخاصة بضبط المعاملات بين البشر، قد جاءت لتحق الحق بين الناس ولتضمن العدل بينهم تأكيداً لقول المولى عز وجل: ﴿ يَٰٓأَيُّهَا ٱلَّذِينَ ءَامَنُوا۟ لَا تَأْكُلُوٓا۟ أَمْوَٰلَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَٰطِلِ إِلَّآ أَن تَكُونَ تِجَٰرَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ ﴾ [النساء: ٢٩]، وبما أن الإسلام وضوابطه أتت لتسهل حياة الناس ولكي تتناسب وتتأقلم مع كل زمان ومكان، فقد نشط علماء فقه المعاملات والشريعة على استنباط الأحكام الفقهية الجديدة والخاصة بالتعاملات التجارية عبر وسائل الاتصال الحديثة وعلى رأسها الإنترنت وشبكاته الاجتماعية ، وسنستعرض أهم تلك الأحكام والتي تحظى بإجماع الأمة لما فيها من خير لها ولتنميتها.

أركان التعاقد التجاري عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

للبيع عموماً (ومن ضمنه البيع عبر الشبكات الاجتماعية) ثلاثة أركان، كما يقول البهوتي: (عاقدان ومعقود عليه وصيغة)[1] ، فأما العاقدان فلابد أن يكونا بالغين، عاقلين، راضيين بعملية البيع.

وأما الصيغة فهي الإيجاب والقبول، وهي واقعة عبر وسائل الاتصال الاجتماعي (سواء من ايميل أو شات أو حديث عبر سكايبي أو رسالة مباشرة من تويتير)، بما يصح اعتباره إيجاباً وقبولاً شرعياً، وظهر أنهما يصدران في مجلس حكمي، متفق زمانياً وإن تباين المكان، له ما للمجلس الحقيقي من الاعتبار. وأن مجرد الإعلان

---

(١) منصور بن يونس البهوتي كشاف القناع عن متن الإقناع ، ، مكتبة النصر الحديثة ، الرياض ، ٣/ ١٤٦

للجمهور لا يعتبر إيجاباً، وأن الإيجاب يتحقق بالعرض الموجه، إلى شخص، أو أشخاص على سبيل التحديد، وأنه متى صدر على هذا النحو كان واقعاً موقعه الشرعي، بصرف النظر عن الصيغة الواردة في ذلك الإيجاب، والقبول الذي جاء عقبه. واتضح أن التوقيع الإلكتروني كاف لتصحيح الثقة بصدور اللفظين من مؤهلين لأنه يتعلق بتمرير نص مكتوب له ما لرسالة التعاقد من قوة، وما الرسالة سوى لفظ مكتوب معبر عن مكنون النفس، ومصرح بالرضا ولعله يبلغ إلى درجة تفوق التوقيع اليدوي لأنه آمن وأكثر ثقة ولا يصدر إلا عن صاحبه (لأنه محمي بكلمة السر أو رقم جديد كل مرة وهكذا)، وقد ورد عن الصحابة جواز البيع عبر الرسالة شرط القبول أو الرفض فور استلامها، مما يستدل على جواز البيع عبر وسائل الاتصال الأخرى المشروعة[1].

وآخر الأركان هو المعقود عليه، وهما الثمن والسلعة محل العقد، أما بالنسبة للثمن فيجب أن يكون مصدره حلال، وأن يخلو من شبهة الربا، ولا يجوز بيع مال بمال مثل المضاربة بالعملات بغير أحكام الصرف الشرعية.

أجاز جمهور العلماء وسائل الدفع عبر الإنترنت باعتماد :

- بطاقة الائتمان الإلكترونية الشرعية(بطاقة صادرة عن بنك إسلامي وبشروط شرعية)، البطاقة مسبقة الدفع، النقود الإلكترونية أو ما يعرف بـ E-money من خلال برنامج Pay Pal، الدفع بواسطة حوالة الكترونية، بواسطة الشيك الإلكتروني أو الورقي، الدفع نقداً عند الاستلام، أو من خلال برنامج النقاط الإلكترونية.

مع مراعاة عند تحويل الثمن أن لا يتم السحب زيادة على الرصيد وكشف حساب وسيلة الدفع حتى لا تدخل شبهة الربا على العملية خاصة في حالة كونها

---

(١) للمزيد ينبغي الرجوع إلى، الزهراني، عدنان، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة دكتوراة في الفقه الإسلامي، جامعة أم القرى، السعودية

تابعة لبنك ربوي، وحسب فتوى دائرة الإفتاء العام الأردنية (جريدة الرأي، ٢٠١١/٩/١٩) عللت حرمة هذه العملية بأنها تكيف على أنها قرض بفائدة، والمقرر فقهاً أن كل قرض جر نفعاً فهو رباً.

وبالنسبة للسلعة أو المبيع، فشروط البيع العادية نفسها تنطبق على التجارة الإلكترونية عبر الشبكات، وهي : أن يكون المبيع موجوداً حين العقد ، فلا يصح بيع المعدوم، وأن يكون نافعاً حلالاً، فلا مبادلة في محرم لا نفع فيه(كالخمر ولحم الخنزير والمخدرات، والدخان)، وأن يكون مملوكاً لمن يلي العقد ، فلا يصح أن يبيع الإنسان مالا يملك، وأن يكون المبيع مقدوراً على تسليمه عند حلول الأجل، كما يلزم أن يكون معلوماً لكل من العاقدين علماً نافياً لجهالة أو لنزاع[1].

وتقسم السلع المباعة عبر الشبكات والإنترنت عموماً إلى قسمين: فمنها النقد وتجري فيه شبهة الربا وتضبطه أحكام الصرف (أن لا تُباع عملتان من نفس النوع والكمية بزيادة وهو ما يعرف بربا الفضل) وتلكم السلع هي:الذهب، والفضة، والعملات، وسلع أخرى لا تسري بها علة الربا، كالكتب والسيارات وغير ذلك.

حكم البيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

البيع لغة : مصدر باع ، وهو مبادلة مال بمال .

أما في اصطلاح الفقهاء فقد عرفه الحنفية بأنه: مبادلة مال بمال على وجه التراضي[2]، والبيوع عبر الإنترنت غالباً ما تكون من بيوع المرابحة(وهو بيع بمثل الثمن الأول مع الزيادة).

ولقد توصل علماء الأمة إلى جواز ممارسة التجارة عبر الإنترنت إجمالاً ومن ضمنه

---

(١) ابد٨

(٢) انظر : فتح القدير ٥/ ٤٥٥

وسائله المختلفة كالبريد الإلكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، نتيجة كلية التأمت من معرفة حكم ما تتركب منه تلك التجارة، وهما أمران: الأول:الآلية؛ باعتبارها السبيل الموصلة إلى ممارسة تلك التجارة، وهي جائزة شرعاً، والثاني: العقد؛باعتباره موضوعها[1]، مع مراعاة الأركان وشروط البيع التي ذكرناها آنفاً.

وكذلك يجب مراعاة بعض الخصوصيات المتعلقة بكون محل البيع غالباً ما يكون سلعة موصوفة بالذمة في عمليات البيع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، ويجب أن يكون المبيع موصوفاً وصفاً مانعاً للجهالة أو الغرر، وعادة ما يوصف بصور معروضة عن هذه السلع على الموقع، وهو ما يعرف بالاصطلاح الفقهي ببيع الأنموذج، وهو بيع صحيح عند الحنفية،والمالكية في المثليات [2]، وذهب الشافعية إلى أن النموذج المتماثل المتساوي الأجزاء كالحبوب تكفي رؤيته عن رؤية باقي المبيع[3]، والبيع به جائز ،وهو بيع غير صحيح عند الحنابلة إذا لم ير المبيع وقت العقد ، أما إذا رئي في وقته وكان على مثاله فإنه يصح[4] ، وحتى إن كانت السلعة آحاداً فإذا تطابقت الصورة المعروضة على الموقع مع ذكر المواصفات جاز عند الجمهور، فهو كرؤيا العين وينتفي به علة الجهالة.

أي إنه بالمجمل يجوز بيع السلع بعد عرض نموذج لها واقعي على الموقع الإلكتروني وإذا تم الشراء على أساس النموذج ، واختلف المبيع عن النموذج فللمشتري خيار الرؤية، أي الحق بقبول أو رفض شراء السلعة مع إرجاع الثمن، وهو جائز عند المذاهب الثلاث ما عدا الشافعية، لذا لابد أن يقوم البائع عبر الإنترنت بوصف المبيع وصفاً كاملاً يميزه عن غيره ، ويتحمل مسؤولية مطابقة هذه المواصفات للمبيع تماماً ، وللمشتري حق رد السلعة المباعة عند اختلاف

---

(١) ابد ٨

(٢) انظر : جواهر الإكليل ٢/ ٢ و حاشية ابن عابدين ٤/ ٥ ، ٢١ ، ٦٥

(٣) انظر : حاشية عميرة على شرح المحلي على منهاج الطالبين ٢/ ٥٢

(٤) انظر : كشاف القناع ٣/ ١٦٣ .

صفاتها عن الصفات المعروضة ، وفسخ العقد بناء على حق خيار فوات الوصف ويجوز للمشتري أن يحتفظ بالسلعة المعيبة ، ويطالب البائع بتعويض عن العيب أو النقص فيه ، وفق ما ذكره الفقهاء في هذا الشأن.

وكذلك فبيع الغائب أو ما يعرف بالسلم صحيح عند المذاهب الثلاث وهو قول عند الشافعية، ويبقى هلاك المبيع على البائع حتى إيصال البضاعة وتسلمها من المشتري إلا إذا اتفقا على غير ذلك وفق الحديث الشريف: (المسلمون على شروطهم) رواه أبو داود، ولكن يجب مراعاة دفع الثمن وقت التعاقد وليس عند استلام البضاعة وذلك لعدم جواز تأجيل البدلين في السلم.

ويحرم التأمين على المبيع عبر مواقع الشبكات على البضاعة تأميناً تقليدياً لعلة الغرر فيه، ويحرم كذلك ضمان الربح في الصفقة وكتابته في العقد الإلكتروني، وذلك لأن الربح يستحق بمشاركة التاجر بالربح والخسارة في الصفقة وفق القاعدة الفقهية " الغنم بالغرم " [1]، ويمكن الاستعاضة بعقد تأمين إسلامي يتضمن التبرع الجماعي لتأمين البضاعة، أو ضمان طرف ثالث غير البائع والمشتري، وغيره من أساليب التأمين التي أجازها الفقهاء.

كما تثبت العقود الجارية عبر الانترنت ومواقعه(العقد الإلكتروني[2])، ولها جميع الآثار المترتبة الشرعية والقانونية قبل وبعد عملية البيع مثل ضرورة تسليم السلعة بالمواصفات المتفق عليها للمشتري، أو توريث حق سداد ثمن السلعة للبائع، وغيرها من الحقوق التي ضمنها الشرع وساندتها القوانين الوضعية لمنع الظلم عن العباد، ولأن العقود قد قام بها أشخاص مسؤولون من قبل الشرع

---

(١) ابد ١

(٢) العقد الإلكتروني هو اتفاق يتلاقى فيه الإيجاب بالقبول على شبكة دولية مفتوحة للاتصال عن بعد ، وذلك بوسيلة مسموعة مرئية بفضل التفاعل بين الموجب والقابل، انظر : خصوصية التعاقد عبر الإنترنت ، د/ أسامة أبو الحسن مجاهد ، ضمن أبحاث مؤتمر (القانون والكمبيوتر والإنترنت) كلية الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات عام ٢٠٠٠م ، ص١٥ .

هويتهم معروفة عبر الإيميل أو التوقيع الالكتروني أو رقم الحساب، مما يلزمهم بتنفيذ أحكام الشرع، ويحرم بحسب رأي الأغلبية تبادل السلع مع أشخاص مجهولين لمنع الغرر والجهالة في الحقوق [1].

بحسب نظرية المنشأة في الإسلام، فإنه مشروع أن تكون المنشأة الإسلامية ربحية ولكن على ألا تغل أو تحتكر أو تغش، فالهدف الحقيقي هو إعمار الأرض طاعة لله وتحقيق الربح المشروع من خلال ذلك، وعلى هذا الأساس فإنه جائز شرعاً الإعلان عن المنتج الحلال، ومن ضمنه الإعلان عبر مواقع التواصل الاجتماعي ولكن مع مراعاة الآتي :

- أن يكون المنتج حلالاً نافعاً.

- أن تكون مواصفات السلعة المعروضة مطابقة لمواصفات السلعة على أرض الواقع عند تسليمها للمشتري.

- أن تكون وسيلة الإعلان عبر الموقع تراعي الشروط الشرعية، فلا يجوز إعلان ما يخص النساء على مواقع الرجال أو الكبار على مواقع الصغار وهكذا، وأن تكون صور الإعلان مراعية للشرع والأخلاق، فلا تعرض صوراً لنساء بدون حجاب أو رجال نصف عراة .

حكم الإجارة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الإجارة مشتقة من الأجر وهو العوض، في الاصطلاح :عقد على منفعة معلومة بعوض معلوم، فالإجارة نوع من البيع، فهي بيع المنافع ، والمنافع بمنزلة الأعيان[2].

والأصل في جواز الإجارة الكتاب والسنة والإجماع، بناء على قول الله تعالى: ﴿إِنَّ خَيْرَ مَنِ ٱسْتَـْٔجَرْتَ ٱلْقَوِيُّ ٱلْأَمِينُ﴾ [القصص: ٢٦]، واليوم لم ينتف هذا الجواز

---

(١) ابد ٥

(٢) المغني ٨ / ٧

باختلاف وسيلة إبرام عقد الإجارة سواء أكانت تلك الإجارة إجارة أعيان بين المؤجر والمستأجر، أو إجارة أشخاص بين العامل ورب العمل(كعقد الوكالة بأجر)، ودخول وسائل الاتصال المتطورة كالانترنت لا ينفي ثبوت عقد الإجارة للأسباب التي بيناها في عقد البيع، فإذا وقعت الإجارة بعقد الكتروني بين طرفين مثبتين فإنها جارية وأحكامها لازمة لزوم عقد الإجارة التقليدي، وقد أجاز جمهور العلماء الإجارة عبر عقود الكترونية مع مراعاة أحكام الإجارة التقليدية[1]، واليوم توجد العشرات من مواقع ومدونات إجارة الشقق أو التوظيف وغيرها، ويجري عليها أحكام الإجارة العادية كما بينا.

أحكام عقود البيوع الأخرى عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

هنالك بيوع أخرى أقرها الشرع كالمضاربة(عقد شراكة يساهم أحد المتعاقدين فيه بالجهد والآخر بالمال على أن يوزع الربح وفق نسبة شائعة يتفقان عليها)، أو المشاركة (عقد شراكة يساهم فيه كلا المتعاقدين على أن يساهما بالجهد والمال على أن يوزع الربح وفق نسبة شائعة يتفقان عليها)، و عقد الاستصناع (عقد على موصوف بالذمة شرط عمله على الصانع)، والمساقاة (عقد يكون أحد أطرافه صاحب الزرع والطرف الآخر مالك لجزء من الثمر) والمزارعة(عقد يكون أحد أطرافه صاحب الأرض والطرف الآخر مالك لجزء من المحصول)، والمغارسة(عقد يكون أحد أطرافه صاحب الأرض والغرس والطرف الآخر مالك لحصة من الأرض والغرس) وغيرها، وهي جائزة بحسب جمهور العلماء بصورتها التقليدية، وكما بينا في الإجارة فإن كون عقودها الكترونية لا يغير لزومها وأحكامها وبالتالي جواز تلك العقود عبر مواقع الشبكات الاجتماعية مع مراعاة ضوابط الشريعة الخاصة بكل منها على حدة.

---

(١) انظر : العبودي، عباس، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجيتها في الإثبات المدني، دراسة مقارنة ، مكتبة دار الثقافة والنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن ١٩٩٧، ص٤٠ .

حكم المضاربة بالأسهم والعملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد كانت مواقع ومدونات المضاربة بالأسهم والعملات المحلية والأجنبية من أول وأوسع الاستخدامات من قبل العديد من الناس في وطننا العربي، مما استدعى من علماء الفقه استنباط أحكام جديدة تجابه هذا الواقع الجديد.

أما بالنسبة لمضاربة الأسهم (وهي وثائق متساوية القيمة تثب حقاً في ملكية موجودات شركة) عبر مواقع التواصل الاجتماعي، فإنه تجري عليها الأحكام الشرعية العامة التي وافق عليها جمهور العلماء مع مراعاة كون أصل هذه الشركة حلالاً والأرباح المتأصلة من هذه الأسهم مطهرة لا تشوبها علة الربا، وتحريم المضاربة بالسندات كونها ديون ربوية، ولا مانع من أن يتم التداول الإلكتروني عبر الشبكات أو المواقع بها، بحسب فتوى الشيخ محمد بن إبراهيم مفتي الديار السعودية رحمه الله والذي أفتى بجواز تداول أسهم الشركات الوطنية كشركات الكهرباء والأسمنت بيعاً وشراء وتملكاً.

وكذلك فتوى[1] الدكتور أحمد الحجي الكردي خبير في الموسوعة الفقهية، وعضو هيئة الإفتاء في دولة الكويت ، والقائلة بأن تجارة الأسهم عبر الإنترنت، ما دامت بعيدة عن التعامل الربوي، فهي مباحة لذلك، أما لو كان فيها اقتراض بالفائدة، أو بيع بالدين مع الفائدة، فهي محرمة للربا، وكذلك بيع وشراء أسهم الشركات الربوية أو التي تتجر بالمحرمات فإنه ممنوع شرعاً.

أما بالنسبة للمضاربة بالعملات عبر مواقع التواصل الاجتماعي أو المواقع الإلكترونية بشكل عام، فيجب الانتباه كونها بيع مال بمال ويقع فيه شبهة ربا الفضل إن كان التبادل من نوع العملة نفسها، ولذلك حسب أحكام الصرف فإنه لا بد من التقابض في مجلس العقد، أي: أن التبادل يكون لحظياً عبر الإنترنت

---

(١) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=8873

وقد أجاز بعض الفقهاء تأخر الاستلام على أن لا تزيد المدة عن ثلاثة أيام من تاريخ الصفقة وعلى السعر الذي اتفق آنذاك، أما بالنسبة لمبادلة العملات المختلفة فيجوز تبادلها بحسب أسعار العرض والطلب مع مراعاة أحكام الصرف الأخرى.

ويضاف إلى ذلك تحريم البيع على المكشوف لكونه حقيقة قرضاً بفائدة علة الربا فيه، وكذلك البيع القصير لشبهة الربا، وتحريم المضاربة بالخيارات والعقود المستقبلية لعلة الغرر فيها أيضاً بحسب جمهور العلماء، وعليه فإنه يحرم التداول بها الكترونياً عبر مواقع التواصل الاجتماعي كافة[1].

هنالك وسائل أخرى مشروعة للمضاربة على الإنترنت أو عبر مواقعها الاجتماعية:

- هنالك مؤشرات إسلامية توفر مواقعها معلومات عن الشركات المدرجة والموافق عليها من قبل لجان شرعية مختصة، وكذلك توفر معلومات عن السلع والعملات والخيارات والصكوك الإسلامية والموافق على إدراجها أيضاً، مثل مؤشر داو جونز الإسلامي، أو موقع بورصة ماليزيا.

---

(١) شاويش، وليد، السياسة النقدية بين الفقه الإسلامي والإقتصاد الوضعي، المعهد العالمي للفكر الاسلامي، الولايات المتحدة الامريكية، ٢٠١١

اليوم ومع انتشار استخدام مواقع التواصل الاجتماعي بين الناس، وتعدد أهداف وغايات ذلك الاستخدام، ليتجاوز غرضه الأساسي كأداة تواصل وتعارف جديدة، وليتضمن العديد من الحالات لاتفاقات بعقود شفوية أو مرسلة غير تجارية، وهي حالات مستجدة على الشرع مما يستوجب استنباط أحكام شرعية جديدة تضبط ذلك الاستخدام وتوجهه نحو استخدام مفيد ونافع للفرد والمجتمع، لا مدخل من مداخل الشيطان يسوس به للناس.

حكم الزواج عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

إن الإسلام من أحرص الأديان على مؤسسة الأسرة، فهي البنيان الذي تقوم عليه أساسات المجتمع الإسلامي، وإن صلح حالها صلح حال الأمة بأسرها، ولذلك وضعت أحكام تضبط ارتباط الزوجين وهما نواة الأسرة لأهمية ذلك القرار على المجتمع ككل.

فالنكاح في الشريعة الإسلامية عقد معاوضة، يشترط فيه من الشروط ما يشترط في المعاوضة عامة ، وهو عقد موضوع لملك المتعة ، أي حل استمتاع الرجل من المرأة[1] ، ولكن نظراً لخطورته وأهميته حيث محله الإنسان، -وهو أكرم مخلوقات الله تعالى- فقد تميز عن سائر عقود المعاوضات الأخرى بميزات، أهمها اثنتان: الأولى اشتراط الشهود فيه(شهادة رجلين أو رجل وامرأتين) ، والثانية: عدم اشتراط العوض فيه(المهر لا يشترط ذكره في العقد).

ويصح النكاح باللفظ مطلقاً، وبالكتابة عند تعذر اللفظ أو تعسره، واشترط الفقهاء لصحة النكاح بالكتابة أن تكون الكتابة مستبينة ومرسومة، ومعنى مستبينة أن تكون ثابتة بطريقة يمكن التأكد منها بعدها، فلو كتبها على الماء

(١) أنيس الفقهاء ، ص١٤٥

مثلاً لم يصح العقد بها، وأما معنى مرسومة فهو أن تكون مكتوبة بطريقة معتادة توحي بالجديَّة، والكتابة على الإنترنت أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي سواء من خلال الإيميل أو إرسال رسالة موثقة الكترونياً على الشات بين الغائبين عن بعضهما تستوفي هذه الشروط ، و بقي أمر الإشهاد، وشرط الإشهاد على النكاح أن يسمع الشهود كلام العاقدين ويفهما معناه، هذا إذا تم العقد بالكلام بين الطرفين (مثل : برنامج سكاي بي أو غيره)، أما إذا تم العقد بينهما بالكتابة، فيكفي فيه أن يسمع الشهود كلام القابل للعقد فقط عند قبوله به، بعد أن يعلموا بالإيجاب، وعليه فإذا كتبت امرأة معينة لرجل معين تحل له شرعاً: (زوجتك نفسي) فلما وصله الكتاب أحضر شاهدين وقال أمامهما:كتبت إليَّ فلانة قائلة: (زوجتك نفسي) وقد أجبتها بقولي: (قبلت زواجك من نفسي) فاشهدوا على ذلك، فإذا تم ذلك بين الخاطبين كتابة فقد أصبحا بذلك زوجين، ويستوي أن تتم الكتابة بينهما بذلك على الورق أو بالإنترنت ويجب أن لا يغيب عن الذهن أن معرفة الشهود والعاقدين للزوجين شرط في صحة العقد، وذلك بالإشارة إليهما أو بتحديدهما بالاسم الكامل[1].

مع ملاحظة أن هنالك من الفقهاء المعاصرين، من منعوا عقد الزواج بطريق الوسائل الحديثة الناقلة للكلام نطقاً ، ومن هؤلاء اللجنة الدائمة للبحوث العلمية والإفتاء في المملكة العربية السعودية ، وعمدة المنع عند اللجنة أن هذا الطريق قد يدخله خداع أحد العاقدين للطرف الآخر، والراجح[2] في هذا الأمر هو جواز الزواج مشافهة عبر الإنترنت شريطة سماع بعضهما بوضوح وسماع الشهود لهم، واليوم صار ممكنا أن يرى الزوجين بعضهما والشهود عبر برامج التواصل الاجتماعي وغيره.

---

(١) الكردي، أحمد، حكم النكاح والطلاق على الإنترنت، شبكة الفتاوى الشرعية، ٢٠٠٨/٠٨/٠٤

(٢) ابد ٥

وقد أفتى الدكتور أحمد الكردي عند سؤاله عن جواز زواج الإنترنت، بقوله "فإن كان الزواج عن طريق الهاتف أو عن طريق المراسلة بالنت أو غيره، وبحضور شاهدين، وتأكد الطرفان من بعضهما، وكانا معروفين من قبل الشهود أيضاً، فلا مانع منه، وكذلك عن طريق الرسالة إذا قرأ مستقبل الرسالة ما فيها أمام الشهود، وأعلن موافقته عليها أمامهم، مع وجوب توافر جميع شروط العقد الأخرى.لكن أوصي بتثبيت عقد الزواج رسمياً لدى الجهات المختصة في الدولة، تجنباً للمشاكل، وحفظاً للحقوق" [١].

وعند سؤاله عن الزواج من خلال المواقع التي تقدم خدمة الزواج وتعرض صفات المشترك وصفات التي يريد الارتباط بها، والموقع عليه عرض هذا بعد ذلك ثم لما يتلقوا رسائل الكترونية من بضعهم توضح أوضاعهم وباقي المعلومات لكي يحدث زواج، فأجاب " لا مانع من ذلك، إن لم يترتب عليه محرم، كالكلام بين الجنسين، أو وضع صورة أو غير ذلك، بشرط أن يكون المشرفون على ذلك لجنة موثوقة من أهل الفضل والصلاح والأمانة، وإلا فلا يجوز، وعلى العموم ليس هذا طريقاً صحيحاً لذلك"[٢].

حكم الطلاق عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

شرع الطلاق – وهو أبغض الحلال عند الله- كآخر الأدوية لعلاج تدهور العلاقة الزوجية خشية الوقوع في معصية الله، ففيه تكوى العلاقة بين الزوجين بنار التفريق، والطلاق في اصطلاح الفقهاء هو : حل قيد النكاح في الحال أو المآل

---

(١) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=31930

(٢) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=23070

بلفظ مخصوص[1] ، والأصل في مشروعية الطلاق الكتاب والسنة والإجماع، مع ملاحظة أن الطلاق حق للزوج وحده، كما تملك الزوجة طلب إنهاء علاقتها الزوجية إذا وجد ما يبرر ذلك كغيبة الزوج ، وإعساره بالنفقة وغير ذلك.

فالطلاق هو من تصرفات الإرادة المنفردة للزوج، فإذا قال زوج عاقل بالغ مختار لزوجته: (أنت طالق)، فقد طلقت منه بذلك، وكذلك لو كتب ذلك إليها مستوفياً شروط الكتابة السابقة في صحة عقد الزواج، حيث تطلق منه بالكتابة كذلك، ويستوي في نظري أيضاً أن تكون الكتابة على الورق أو بالإنترنت، ولا يشترط لصحة الطلاق الشهود باتفاق الفقهاء[2].

ويقاس على ذلك جواز رد المطلقة عبر وسائل الاتصال والإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، مع الشروط التي ذكرناها آنفاً وأهمها معرفة الأهل ورؤيتهم أو سماعهم الرد.

حكم القرض عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

القرض في الاصطلاح: دفع مالٍ إرفاقاً لمن ينتفع به ويرد بدله[3] ، والقرض ثبتت مشروعيته بالكتاب والسنة والإجماع، والقرض مندوب إليه في حق المقرض، مباح للمقترض.

أما بالنسبة لتقديم طلب بأخذ قرض عبر مواقع الإنترنت والتواصل الاجتماعي، فقد دأبت معظم المصارف والبنوك على الإعلان عن الإقراض عن طريق الإنترنت وتدعو إلى ذلك وتشجع عليه ، والقرض الذي تدعو إليه البنوك والمصارف الربوية هو القرض بفائدة ، ومعلوم أن كل قرض شُرط فيه الزيادة فهو

---

(١) انظر : الدر المختار ٣/ ٢٢٦ ، ومغني المحتاج ٣/ ٢٧٩ ، والمغني ١٠/ ٣٢٣ .

(٢) ابد ٢٣

(٣) انظر : الدر المختار وحاشية ابن عابدين عليه ٤/ ١٧١

حرام كما قال ابن قدامة، وبالتالي حرم أخذ القروض الربوية عبر الإنترنت أو غيره[1]، واستعيض عنه بمفهوم القرض الحسن لدى البنوك الإسلامية(أي اقتراض المال ورده كما هو بدون زيادة، ويجوز رده مع زيادة كهدية غير مشروطة في العقد عند بعض الفقهاء)، وهو مباح التقديم لها عبر الإنترنت.

حكم عقد الوكالة عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الوكالة عقد يحتاج إلى الإيجاب والقبول، لأنه حق تعلق به حق الموكل والوكيل فاحتاج إلى الإيجاب والقبول كالبيع[2]، والوكالة اصطلاحا أن يوكل الموكل الوكيل بأداء عمل ما مقابل أجرة يأخذها في حال إتمام العمل المتفق عليه، وهو جائز بالكتاب والسنة والإجماع.

والحاجة إلى إبرام عقد الوكالة عن طريق الإنترنت قائمة، لأن الشخص تكون له أعمال ومهمات في مكان آخر ولا يستطيع الذهاب لإنجازها فيوكل غيره في تلك البلد لينجز عمله، وقد أجازها العلماء عبر الانترنت ومواقع التواصل، بحيث إنه لا يلزم القبول الفوري لصحة الوكالة ، وللوكيل الذي بلغه الإيجاب عبر البريد الإلكتروني خيار القبول ، أي أن يقبل الإيجاب أو أن يرفضه، وإذا قام بعمل ما أوكل عليه فهي دلالة على قبوله ويكفي، ولكن تبقى مسألة وهي التأكد من هوية الموكل وهي تتحقق من خلال التوقيع الالكتروني أو غيره من الإثباتات في البيوع الإلكترونية[3].

---

(١) ابد ٥

(٢) المغنى ٧/ ٢٠٣

(٣) ابد ٥

حكم عقد الضمان عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الضمين هو الكفيل ، و ضَمِنَ الشيءَ وبه ضَمْناً وضَمَاناً: كَفَل به [1]، والأصل في جواز الضمان الكتاب ، والسنة ، والإجماع.

وذهب الجمهور إلى أن صيغة الكفالة تتم بإيجاب الكفيل وحده ولا تتوقف على قبول المكفول له ، لأن الكفالة أو الضمان مجرد التزام من الكفيل بأداء الدين لا معاوضة فيه ، بل هو تبرع ينشأ بعبارته وحده ، فيكفي فيه إيجاب الكفيل . ولذا إذا كتب الكفيل إيجابه إلكترونياً فإنه يصح العقد ويعتبر كفالة إلكترونية صحيحة شريطة التأكد من هوية الوكيل إلكترونياً[2].

---

(١) لسان العرب ، مادة (كفل) .

(٢) ابد ٥

حكم اللعب عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

من الميزات التي توفرها بعض مواقع التواصل الاجتماعي، خدمات الترفيه واللعب عبر مواقعها، ولكن هنالك ألعاب بريئة موجهة للأطفال أو للتسلية النظيفة مثل لعبة فارم فيل "Farm Ville" (لعبة شخصية فلاح تزرع المحاصيل وتبيعها في السوق) على الفيسبوك أو ألعاب كرة القدم وغيرها.

وهنالك ألعاب ضررها أكبر من نفعها، وهي محرمة بشكلها التقليدي في الكتاب والسنة ، كألعاب النرد والدومينو، أو القمار أو الرهان وغيرها، وبالتالي هي محرمة بشكلها الإلكتروني أيضاً، وقد حرمت ألعاب الحظ بحديث الرسول الكريم (من لعب بالنرد فقد عصى الله ورسوله) رواه بمعناه الحاكم والبيهقي، فاللعب بما يستعمل فيه مكعبات النرد كرهه الفقهاء بدون شرط مالي، وحرموه مع الشرط المالي؛ لأنه قمار.

وبالنسبة لحكم لعب القمار عن طريق الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي كلعبة القمار التي يمارسها الملايين على الفيس بوك حتى ولو كانت برصيد نقاط وهمية يتطور إلى رصيد مال حقيقي عوضاً عن بيع تلك النقاط لأشخاص آخرين، فقد كان رد المفتي العام الدكتور نوح علي سلمان على ذلك " هذه اللعبة لا تخلو من محذورين اثنين: إما أن تكون قماراً بنفسها، تشتمل على ربح المال أو خسارته حقيقة مقابل اللعب: وهذا لا يخفى تحريمه على جميع المسلمين، بقوله تعالى: ﴿إِنَّمَا الْخَمْرُ وَالْمَيْسِرُ وَالْأَنصَابُ وَالْأَزْلَامُ رِجْسٌ مِّنْ عَمَلِ الشَّيْطَانِ فَاجْتَنِبُوهُ لَعَلَّكُمْ تُفْلِحُونَ﴾ [المائدة: ٩٠]، وإما أن لا تشتمل على المقامرة حقيقة، ولكنها تدريب عليه، وجرأة على اقتحام المحرم، واستحلال فعلي له على وجه اللعب والتسلية: وهذا لا شك أيضاً في حرمته، فقد جاءت شريعتنا الحكيمة بتحريم التشبه بجميع عادات الكفار والفساق، يقول العلامة ابن حجر الهيتمي رحمه الله: «إذا أديرت القهوة الحادثة الآن كهيئة إدارة

الخمر حرمت إدارتها، وإلا فلا» انتهى. «الفتاوى الفقهية الكبرى» (٣٦١/٤) "[١]

ولدى سؤال الدكتور الكردي عن حكم لعب ألعاب إلكترونية جماعية مع أناس غير مسلمين عبر النت، أجاب الفقيه " إذا كان اللعب بهذه الألعاب على رهان مالي فهو مقامرة محرمة، وإذا كان بغير رهان مالي فلا مانع من ذلك بشرط أن لا تحتوي هذه الألعاب على محرمات من صور للنساء غير المحتجبات وغير ذلك، وأن لا تشغل هذه الألعاب عن فعل الواجبات"[٢].

حكم سماع الأغاني ومشاهدة الأفلام عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد انتشرت آلاف الأغاني والفيديو كليبات العربية والأجنبية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وأشهرها تلك المشاهدة عبر اليوتيوب، مما استلزم استنباط أحكام خاصة بها، فمنها النافع والمفيد للناس، بل منها ما أنقذ وغير حياة الملايين من المسلمين من خلال الفيديو كليبات التي بينت المذابح والجرائم في البلدان التي حدثت فيها ثورات الربيع العربي ، ومنها ما هو هادم للمجتمع كأفلام الإباحة والخلاعة والمعروضة بدون رقيب على اليوتيوب والمدونات وغيرها.

ولدى سؤال د. الكردي أيضاً عن حكم الاشتراك في مسابقات الانترنيت، والتي يتم الدفع فيها مسبقاً حتى تتمكن من الاشتراك، فأجاب " إن كنت تدفع مالاً مقابل الاشتراك في هذه المسابقات فلا يجوز الاشتراك فيها"[٣].

وبالنسبة لسؤاله عن سماع الأغاني سواء عبر النت أو غيره، فأجاب " فالغناء

---

(١) سلسلة فتاوى دائرة الإفتاء الأردنية: حكم لعب القمار عن طريق الإنترنت، موقع موسوعة الاقتصاد والتمويل الإسلامي، ٢٠١٠/٠٢/٠٢

(٢) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=49797

(٣) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=38465

إذا لم يرافقه محرمٌ لا مانع منه، ومن المحرمات التي قد ترافقه: أن يكون بصوت امرأة يسمعه الأجانب من الرجال، أو أن يكون فيه اختلاط الرجال بالنساء من غير حجاب، أو أن يكون معه شرب خمرة، أو أن يكون بألفاظ فيها إثارة أو تشبيب أو....فإذا رافقه محرم حرم لما رافقه. وسماع الموسيقى المجردة عن المحرمات الأخرى (سواء منفردة أو مع الغناء)، مما اختلف فيه الفقهاء، فذهب البعض إلى تحريمها وهم الأكثرون، سوى الدف والطبل، وذهب البعض إلى إباحتها، والبعض إلى كراهتها.ولكل قول دليل يستند إليه، على أني أرجح القول بالتحريم لقوة أدلته، سوى الدف والطبل في الحرب والعرس والأفراح المشروعة فلا مانع منهما، ولا مانع من مشاهدة الأفلام والمسلسلات العربية والأجنبية المفيدة، والبعيدة عن كل محرم، بشرط عدم المبالغة التي تفوت بعض الواجبات.أما مشاهدة الأفلام أو المسلسلات التي تفسد الأخلاق، وتهدف إلى زرع العادات السيئة في نفوس الناشئة، أو فيها النظر إلى المحرم كالنظر لعورة الرجل أو المرأة (وشعر المرأة من عورتها أمام الرجال الأجانب) فلا يجوز" [1].

---

(١) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=49587

حكم تنزيل ونشر المعلومات من مواقع التواصل الاجتماعي:

من حسنات مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية، هو إمكانية تسخيرها لخدمة العلم والتعلم، وهي من الحسنات التي دعمت أصحاب الفتوى بجواز استخدام مواقع التواصل الاجتماعي والاشتراك بها خاصة للتعلم، وهنالك المئات من المواقع العربية والمدونات وأفلام اليوتيوب التي تنشر المعلومات وتوفر خاصية تنزيل تلك المنشورات أو الأفلام أو الكتب، وقد اختلف الفقهاء في حكم نشر وتنزيل تلك المعلومات للاختلاف في كونها حقاً مالياً أم فكرة واجب نشرها.

فالملكية الفكرية وحق الابتكار هو مفهوم جديد على الفقه، ومن حيث المفهوم هي ملكية الإنتاج الفكري للإنسان- يحميها الإسلام وللمسلم الحق في التصرف فيها ، والإنتاج الفكري – في نظر الإسلام- من قبيل المنافع نسبة للحديث الكريم (اللَّهُمَّ ارزقني علماً نافعاً) رواه ابن ماجه، يُستنتج منه أن المنظور إليه في مالية الأشياء ليس هو عينية الشيء المادي ، بل منفعته وأثره، فالقيمة إذن منوطة بالمنفعة التي هي أصلها ومستندها، والمنفعة أمر معنوي فحيث تكون المنفعة تكون القيمة، أي تكون المالية ، بل المنفعة هي معيار للقيمة ومقدارها، وبالتالي يقع فيها ما يقع في الحقوق المالية.

ومما دار فيه الخلاف بين بعض المعاصرين من الفقهاء حكم الملكية الفكرية والحقوق المتعلقة بها إذا كانت في مجال العلوم الشرعية والخلاف فيها من أثر الخلاف بين أهل العلم في أخذ العوض على تعليم القرآن وأمور الاعتقاد، والحلال والحرام. والخلاف في المسألة على قولين: القول الأول : جواز أخذ العوض ، بعلة الحاجة لعدم وجود متبرع به وهو قول جمهور أهل العلم من المالكية ، والشافعية ،

والحنابلة ، وإليه ذهب متأخروا الحنفية، واستدلوا بالحديث الشريف عن حق الابتكار(من سبق إلى ما لم يسبق إليه مسلم فهو أحق به) رواه أبو داود، وكذلك ثبوت جواز أخذ الأجر عن كتابة القرآن والرقية الشرعية وغيره مما أقره النبي الكريم.

والقول الثاني: عدم جواز أخذ العوض ، وإليه ذهب الحنفية ، وفي رواية عن الإمام أحمد الكراهة، من باب كتمان العلم الشرعي خطيئة ووجوب نشره.

أما قرار مجمع الفقه الإسلامي فقد ذكر أن حقوق التأليف، والاختراع أو الابتكار مصونة شرعاً، ولأصحابها حق التصرف فيها، ولا يجوز الاعتداء عليها ، ويسري الأمر بالتالي على الكتب أو المعلومات، أو البرامج والـCD المنشورة على الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي، وجاء في نظام حماية حقوق المؤلف بالمملكة العربية السعودية : (تشمل الحماية برامج الحاسب الآلي)[1].

وقد أفتى في ذلك الدكتور الكردي بقوله" الموضوع يدخل تحت اسم الحقوق المعنوية أو الأدبية، وهل هو مال أم لا، وقد اختلف المعاصرون من الفقهاء في شرعية الاستفادة من الكتب المنسوخة بدون إذن أصحابها، فذهب البعض إلى أن هذا النوع من الحقوق أموال كسائر الأموال الأخرى، فلا يجوز لأحد أن يستفيد منها إلا بإذن من صاحبها ومالكها، وذهب البعض إلى أنها ليست أموالاً، ولهذا لا يجوز احتكارها ومنع الناس الآخرين منها، وأنا أميل إلى رجحان القول الثاني، وعليه فلا بأس بشراء وتنزيل هذه الكتب – في نظري- بشرط أن لا تمنع منه السلطات المختصة في الدولة، فإذا منعت منه وجب الامتناع عنه؛ لأن أمر ولي الأمر واجب النفاذ ما دام في حدود المباحات" [2].

---

(١) ابد ٥

(٢) موقع شبكة الفتاوى الشرعية:

http://islamic-fatwa.net/fatawa/index.php?module=fatwa&id=31632

مع الانتباه على وجوب التحصيل وترجمة ونقل العلوم الغربية والتي تخفى بقصد عن المسلمين ونشرها حتى تستفيد منها الأمة، وكذلك يجب الانتباه بجواز نشر المعلومات والكتب التي تزيد فترة نشرها عن ٥٠-٦٠ عاماً بحسب قوانين النشر وحماية الملكية الفكرية، وبالتالي جواز تنزيلها.

تعرف الجرائم الإلكترونية بأنها كل أشكال السلوك غير المشروع الذي يرتكب باستخدام الحاسب، أو هي نشاط غير مشروع موجه لنسخ أو تغيير أو حذف أو الوصول إلى المعلومات المخزنة داخل الحاسب أو التي تحول عن طريقه، وكذلك تعرف بأنها كل سلوك غير مشروع أو غير أخلاقي أو غير مصرح به يتعلق بالمعالجة الآلية للبيانات أو بنقلها(١).

وبحسب هذه التعريفات فإنه هنالك العديد من الأفعال التي تجرمها القوانين الوضعية الدولية وتعاقب عليها، ولكن ما رأي الدين بها وهل يحرمها ويؤيد العقوبة عليها، خاصة مع اختلاف العلماء في العديد من أحكامها، وسنستعرض رأي الجمهور في بعض تلك الجرائم.

حكم مهاجمة مواقع التواصل الاجتماعي:

لقد أجمع جمهور الفقهاء على تحريم الاعتداء ومهاجمة المواقع والمدونات الإلكترونية، خاصة النافع منها، كمواقع التواصل الاجتماعي الخاصة بالجامعات أم الحكومات أم المؤسسات الخاصة وغيرها، واستدلوا بالآية الكريمة من سورة البقرة ﴿إِنَّ ٱللَّهَ لَا يُحِبُّ ٱلْمُعْتَدِينَ﴾ [البقرة: ١٩٠].

فالاعتداء على مواقع الإنترنت ممنوع شرعاً من باب أولى، فإذا كان حق الاختراع والابتكار مصوناً شرعاً، فكذلك الموقع على شبكة الإنترنت مصون شرعاً ولا يجوز الاعتداء عليه. ويعتبر تدمير الموقع من باب الإتلاف وعقوبته أن يضمن ما أتلفه، فيحكم عليه بالضمان.

أما إن كان الموقع المدمر يسبب ضرراً على الدين أو الأخلاق فإن العلماء لا

---

(١) موقع إجابات جوجل:

http://ejabat.google.com/ejabat/thread?tid=6e2e6a3d594a5376

يرون الضمان على من أتلف ما يضر بالدين والأخلاق، وأدلتهم على ذلك ما أقره النبي من إتلاف الكتب المحرفة لحقائق الدين أو التي يشوبها كفر، كذلك إتلاف آلات اللهو والمعازف ، وإتلاف آنية الخمر.

وقد أقر عدد من العلماء بجواز مهاجمة المواقع الإلكترونية التي تدعو ضد الإسلام، أو المواقع الإباحية، أو تلك التي تدعو إلى أمور منحرفة، وذلك وفق قاعدة " الضرر يزال"، وقد أصدر سماحة الشيخ عبد العزيز بن عبد الله آل الشيخ مفتي عام المملكة العربية السعودية ، ورئيس هيئة كبار العلماء فتوى في حكم تعطيل المواقع التي تعادي الإسلام والأخلاق وتخريبها ، فقد جاء في نص الفتوى "فمن اطلع على موقع من هذه المواقع فوجد فيها تلك المفاسد فليغيرها حسب ما يقتضيه الحال ، لأن هذا ضرر ، والضرر إن كان يزول من غير ضرر وجب إزالته ... فإن كانت محاربة مواقع الفساد بمثل هذه الفيروسات لا ينتج عنها ضرر أكبر من ضرر وجود تلك المواقع ، فإن هذا من أعمال القربات ، ومن الجهاد في سبيل الله"[1].

حكم اختراق الرسائل الخاصة بمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي:

يستخدم البريد الإلكتروني أو نوافذ الشات الخاصة بمواقع التواصل الاجتماعي، لإرسال الرسائل الخاصة بالأفراد أو الجماعات عبر تلك المواقع، بل اليوم صار ممكناً أن يتحدث الأفراد مع رؤية بعضهم بعض عبر بعض البرامج الخاصة بتلك المواقع، فهل التصنت على تلك الأحاديث مباح، وهل اختراق البريد الإلكتروني أو الرسائل الخاصة بهم من الأمور المحرمة، تلك المسائل وغيرها عرضت على الفقهاء بخصوص ما استجد من أحكام بهذه المسألة.

وجاء حكم الإجماع بتحريم اختراق البريد الإلكتروني أو التصنت على

---

(١) ابد ٥

مراسلات ومحادثات الناس الخاصة، ويستدل على ذلك من نهي الشريعة الإسلامية عن الاطلاع على أسرار الناس وهتك حرماتهم، فقال الله تعالى في سورة الحجرات ﴿ وَلَا تَجَسَّسُوا ﴾ [الحجرات: ١٢]، وفي الحديث (ولا تحسسوا ولا تجسسوا) رواه البخاري، فالشريعة الإسلامية كفلت حفظ الحقوق الشخصية للإنسان وحرمت الاعتداء عليها بغير حق، ومن ضمنها خصوصيته بالتواصل مع أقربائه أو الشركات بالتواصل الخاص بها، والاعتداء على تلك الخصوصية محرم، وهو من إحدى السمات العظيمة لهذا الدين الحنيف، والذي اعترف بالحرية الشخصية قبل الغرب بحوالي ١٤٠٠ سنة.

مع ملاحظة إباحة العلماء لاختراق الرسائل الخاصة من قبل الحكومة والجهات الأمنية إن دعت الحاجة على ذلك، كمنع جاسوس من التجسس أو إفشاء المعلومات، أو التخطيط للقيام بعمل ضار بالمجتمع أو ما شابه ذلك، مع خصوصية الوضع الخاص بكل حالة، ومع عدم الإفراط في استخدام ذلك الحق[1].

حكم قذف أو سب أو التشهير بالناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

القذف (اتهام الناس بالزنا) أو شتم الناس أو الغيبة بالحديث عن المرء بغيابه بما يكره، جميعها من الكبائر التي حرمها الله ورسوله، ففي الحديث(سباب المسلم فسوق) رواه البخاري، وفي القرآن في سورة النور قال تعالى ﴿إِنَّ الَّذِينَ يَرْمُونَ الْمُحْصَنَاتِ الْغَافِلَاتِ الْمُؤْمِنَاتِ لُعِنُوا فِي الدُّنْيَا وَالْآخِرَةِ وَلَهُمْ عَذَابٌ عَظِيمٌ ﴿٢٣﴾﴾ [النور: ٢٣].

والسب والقذف والتشهير بالناس هي من أكثر الجرائم الإلكترونية انتشاراً، بل نرى من خصص صفحات على الفيسبوك للتشهير وسب الناس فقط، وذلك لاستسهال ذلك الجرم من قبل الناس كونه لا يعاقب عليه القانون غالباً، ونسيانهم عظمه عند الله عز وجل، وقد حرم جمهور العلماء القيام بتلك الأفعال عبر

---

(١) ابد ٥

الإنترنت أو غيره، بل أوجب بعضهم عقوبة الحد على القاذف إن ثبت قيامه بذلك، والتعزير في حق من يشهر ويسب الناس[1].

مع ملاحظة جواز التشهير بأفعال المجرمين إن ثبتت، اتعاظاً للناس أو تبياناً لحق، وفي تبصرة الحكام: إن رأى القاضي المصلحة في قمع السفلة بإشهارهم بجرائمهم فعل[2] ، لكن هذا في الذين هم من أهل الشر والفساد فيجوز تحذير المسلمين منهم، لكن التشهير بالأشخاص بذكر عيوبهم والتنقص منهم ورميهم بما ليس فيهم محرم في شرع الله ، واعتداء يوجب العقوبة والإثم .

حكم الاحتيال وسرقة الناس عبر مواقع التواصل الاجتماعي:

الجريمة دائماً تواكب التطور، والمجرمين دوما يبحثون عن وسائل جديدة لخداع ضحاياهم، ومن هذه الوسائل العديد ممن نراه وسمعناه عبر مواقع التواصل الاجتماعي، كصفحات تدعوك للتبرع أو التسجيل في مسابقات ويتضح أنهم وراء المعلومات السرية وأرقام بطاقات وحسابات الشخصية الخاصة بالمشتركين، ليتم سرقتهم فيما بعد أو استخدام تلك الحسابات والبطاقات في الشراء أو غيره.

ومن الكليات الكبرى التي جاءت الشريعة الإسلامية بالمحافظة عليها حفظ المال ، ونهت عن الاعتداء عليه، وحديث النبي في خطبة الوداع بثبت ذلك ففيه ورد (إن الله حرم عليكم دماءكم وأموالكم كحرمة يومكم هذا ، في بلدكم هذا في شهركم هذا ، ألا هل بلغت ؟ قالوا : نعم ، قال : اللَّهُمَّ اشهد)[3] ، والسرقة توجب الحد بقطع يد السارق كما بين القرآن والسنة.

وقد أجمع العلماء بحرمة السرقة الإلكترونية أو سرقة البطاقات الإلكترونية، أو

---

(١) ابد ٥

(٢) انظر : الأحكام السلطانية للماوردي ، ص٢٢١

(٣) أخرجه البخاري ومسلم.

الاحتيال عبر الإنترنت و مواقع التواصل الاجتماعي، ولكن اختلفوا إن كان يوجب الحد أم لا، وقد منع جمهور الفقهاء من إقامة الحد إذا لم تتم شروط السرقة (أن يكون السارق بالغاً وعاقلاً، وأن يبلغ المسروق النصاب وأن يكون في حِرْز والبعض اعتبر برامج الحماية على أجهزة الحاسوب نوعاً من الحرز) ، يوجبون التعزير على من يبدأ في الأفعال التي تكوّن بمجموعها جريمة السرقة ، ليس باعتباره شارعاً في السرقة ، ولكن باعتباره مرتكباً لمعصية تستوجب التعزير، وجمهور الفقهاء على أن الشروع في السرقة ليس له عقوبة مقدرة وإنما تطبق فيه القواعد العامة للتعزير[1]. ومن قام بالتخريب أو إزالة للمواقع وسرقة للأموال وانتهابها، وهو الغالب في جرائم الحاسب الآلي والإنترنت ، فإن هذه الجرائم تدخل في جرائم الحرابة ويطبق عليها ما يطبق على جرائم الحرابة[2].

---

(١) انظر : المبسوط ٩/ ١٤٧ ، وحاشية الدسوقي ٤/ ٣٠٦ ، والأحكام السلطانية للماوردي ص٢٣٧ والأحكام السلطانية لأبي يعلى ص٢٨١

(٢) انظر : السنباطي، عطا، موقف الشريعة الإسلامية من جرائم الحاسب الآلي والإنترنت، دار النهضة العربية ، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٢، ص٨١

حكم المطالبة بإصلاح وتغيير المجتمع الإسلامي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية

من آثار مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات الإلكترونية دورها الكبير في إحداث تغييرات جذرية في عمليات إصلاح المجتمع الإسلامي، بل تعدت ذلك لتؤدي دوراً رئيسياً في ربيع الثورات العربية، والتي تعد أكبر حركة إصلاح شعبي ثوري عرفتها الأمة الإسلامية في تاريخها، فما رأي علماء الدين والشريعة في ذلك الحراك الجديد في الفضاء الإلكتروني.

حكم المطالبة بإصلاح وتغيير المجتمع الإسلامي عبر مواقع الشبكات الاجتماعية:

لقد اختلف الفقهاء في حكم المطالبة بإصلاح والتغيير في المجتمع عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خاصة وأنه من الأمور المستحدثة والحساسة اليوم، ولم يسبق أن حدث مثل هذا الاستخدام قبل ربيع الثورات العربي، مما استلزم استنباط أحكام جديدة خاصة باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي للدعوة إلى العصيان المدني كما حدث مع صفحات الفيسبوك، أو إرسال رسائل عبر تويتر للتجمع في الميدان العام، أو استخدام اليويتوب لبث الأفلام الكاشفة لفساد السلطة.

وقد انقسم الفقهاء إلى قسمين، فريق بقيادة الشيخ القرضاوي أجاز التجمع والعصيان ضد أنظمة الحكم الفاسدة، وأشاد بجهود الشباب على مواقع التواصل الاجتماعية وأقر استخدامها لإصلاح المجتمع من خلال خطب الجمعة، وفي هذا الشأن أفتى القرضاوي بجواز الاختلاط من أجل المنفعة فقال" إن اللقاء بين الرجال والنساء في ذاته إذن ليس محرمًا بل هو جائز أو مطلوب إذا كان القصد منه المشاركة في هدف نبيل، من علم نافع أو عمل صالح، أو مشروع خير، أو جهاد لازم، أو غير ذلك مما يتطلب جهودًا متضافرة من الجنسين، ويتطلب تعاوناً

مشتركًا بينهما في التخطيط والتوجيه والتنفيذ" [1]، وذلك يقع في باب النهي عن المنكر كما رأى البعض منهم.

وفي الطرف الآخر نرى أن فريقاً من العلماء حرموا الاعتصام والخروج على الحاكم، وعدوا استخدام مواقع التواصل الاجتماعي لهذا الغرض هو من باب خلق الفتنة بين المسلمين، ومن هؤلاء فتوى الأزهر الشريف التي خرجت في أعقاب ثورة الـ٢٥ من يناير في مصر، والتي نصت على تحريم العصيان المدني والخروج عن أمر الحاكم والاعتصام بالميادين العامة ومن ضمنه الدعوة للاعتصام عبر مواقع التواصل الاجتماعي، وكذلك فتوى هيئة الإفتاء في السعودية والتي حرمت الخروج على الحاكم والعصيان المدني ضده، وذلك من باب خلق الفتنة بين المسلمين، والتجسس وتنفيذ أجندة أعداء الأمة.

وبين هذا وذاك يبقى الأمر بحاجة إلى مناقشة دقيقة عبر الندوات والمؤتمرات من قبل الفقهاء ومختصي علوم الشريعة، وذلك للوصول إلى فتوى إجماع للأمة، فالأمر ليس بالهين وبحاجة إلى تروي حتى ينقشع غبار هذه الثورات، ولم يزل مجمع الفقه الإسلامي الدولي لم يصدر فتوى رسمية بخصوص ربيع الثروات العربية واستخدام مواقع التواصل الاجتماعي لإصلاح المجتمع.

ويبقى الأصل أن على الإنسان المسلم الحذر من كل دعوة للإصلاح تهب عبر الشبكات الاجتماعية، خاصة وأن بعضها مسيس من الخارج ويهدف إلى إحداث الفتنة بين المسلمين، والأصل هو مناصحة مؤسسة الحكم من قبل علماء وفقهاء ووجهاء الأمة، وإلا فالبديل هو الفوضى الخلاقة التي تشعل نار الفتنة لسنوات في ديار المسلمين.

---

(١) فتوى الشيخ القرضاوي في عدم حرمة الاختلاط بالمطلق، موقع الشيخ القرضاوي، ٣٠-٠٩-٢٠٠٩

الدعوة إلى الإسلام عبر مواقع الشبكات الاجتماعية

لا يوجد شك في إجماع الأمة وحثها على الدعوة إلى الإسلام وعبر كل الوسائل المتاحة لذلك، ويستدل على ذلك باستخدام الرسول الكريم للكتب وإرسالها إلى حكام المناطق المجاورة للجزيرة يدعوهم فيها للدخول إلى الإسلام، فالأصل هو الدعوة إلى هذا الدين الحنيف بجميع السبل المتاحة.

واليوم سخر الله لنا التكنولوجيا ومنها شبكات الإنترنت لنشر هذا الدين، كما سخر لنا البغال والحمام والسفن لنقل رسالة الرسول الأعظم، وقد أتاح ابتكار مواقع التواصل الاجتماعي من تسخير طريقة جديدة لهذه الدعوة، فاليوم انتشرت العشرات من المدونات ومواقع التواصل الداعية إلى الإسلام والناشرة للكتب والمعلومات الفقهية، مما سهل من عملية البحث في كنوز هذا الدين العظيم، وكذلك سهلت تلك المواقع من التواصل بين الفقهاء وتلاميذهم أو مع جمهور العامة، ومنها مواقع الفقهاء أو الجامعات الإسلامية مما يساهم في تسريع نشر رسالة الإسلام ودحض التهم ضده أمام العالم.

فصراع الحضارات والأديان اليوم، تجري رحاها على صفحات مواقع الإنترنت، وهو ميدان مفتوح أمام الجميع، واليوم توجد آلاف المواقع التبشيرية الجاذبة للشباب، مما يستلزم تسخير هذا السلاح الجديد للدفاع عن قضايا الأمة، والتقرب من شبابنا عبر مواقع التواصل وإيصال رسالة ديننا الحنيف للعالم أجمع بصورة واضحة جميلة، لا كاذبة ومشوهة.

تستطيع المساهمة بها للدعوة إلى الإسلام عبر الإنترنت ومواقعه الاجتماعية من خلال:

- إنشاء المدونات ومواقع التواصل الاجتماعي الداعية على الإسلام، ونشر معلومات صحيحة وموثقة عن هذا الدين الحنيف، مثل إرسال رسالة تحتوي على حديث شريف عبر تويتر للمشتركين، أو تحميل أفلام دعوية بجميع اللغات على

اليوتيوب أو إنشاء صفحات على الفيسبوك لدحض تهم الإرهاب وصفة العنف والتخلف عن هذا الدين الجميل.

- المساهمة بالمواضيع والمقالات عبر المواقع الدعوية، أو المساهمة بالجهد التقني أو المال، لدعم العلم الشرعي عبر هذه المواقع وهكذا.

- الابتعاد عن المشاركة في المواقع التكفيرية، أو التي تدعو للعنف أو المحرضة على الفتنة بين المسلمين.

- نقاش غير المسلمين عبر مواقع التواصل الاجتماعي لتوضيح سماحة وجمال هذا الدين .

مما لا شك فيه أن الإسلام باق لكون ثوابته راسخة رسوخ الجبال بفضل الله ورعايته، ومن ميزاته استطاعته التأقلم مع مستجد الأمور كما شرحنا من قبل، لذلك لا يخشى على الإسلام من تطور الاتصال واستخدام شبكات الإنترنت وتطور ابتكار الشبكات الاجتماعية واستخداماتها، بل المتوقع استخدام هذا التطور في مصلحة الدين والأمة من قبيل تسهيل الدعوة إليه وتيسير تعلمه عبرها.

ولكن ما يزال هنالك فجوة هائلة بين استخدام الغرب لهذا السلاح الفعال والمؤثر على مليارات الشباب، وبين استخدامنا له، فاليوم توجد الآلاف من المواقع والمدونات التبشيرية والمسيسة لصالح المؤسسات الحكومية الغربية والتي تستقطب الآلاف من الشباب حول العالم، فقد أضحى اليوم مواقع لكنائس افتراضية على الإنترنت تدعو الشباب للصلاة عبرها وتستخدمهم لجمع التبرعات للحملات الانتخابية أو غيره، وكذلك مثلها المئات من المواقع اليهودية والتي تدافع عن فكر الصهيونية العالمية وتستقطب المئات من الشباب للاقتناع بهذا الفكر، و للأسف فإن معظم هذه المواقع التبشيرية والصهيونية كارهة للإسلام والمسلمين، وتراهم كقنابل موقوتة جاهز للانفجار بهم.

لذلك تدعو الحاجة الملحة من قبل علماء وفقهاء الأمة للتعاون من أجل تكثيف الجهود للدفاع عن الإسلام عبر هذا الميدان المهم والأساسي، فالمعركة اليوم معركة فكر ومبادئ، وميدانها المواقع الإلكترونية بكافة أشكالها، ولذلك يجب تضافر الحكومات والأفراد، العلماء والعامة من أجل المساهمة في استخدام لهذه المواقع.

ومن يدري لعل هذا الابتكار يكون هبة من الله تعالى لتسهيل توضيح الصورة الحقيقية للإسلام والمسلمين بعيداً عن الإعلام الغربي المسيس فهو قناة حرة لمن يريد الصداح بالرأي،ومستقبل الأيام القادمة كاف لكشف هذه الحقيقة للعالم ا، والأكيد أن مسيرة الإسلام مستمرة بإذن الله حتى يرث الله الأرض ومن عليها.

الفصل السادس

كيفية استغلال ثورة الشبكات الاجتماعية

"لا تدع ضجيج آراء الآخرين يحجب صوتك الداخلي الخاص بالإبداع. والأهم من ذلك ، ليكن لديك الشجاعة لمتابعة قلبك والحدس"

ستيف جوبز، مؤسس ورئيس شركتي آبل وبيكسار، في خطابه أمام حفل تخريج جامعة ستانفورد في الولايات المتحدة لعام ٢٠٠٥

لا بد وأنه اتضح للقارئ الآن وعلى مدى فصول هذا الكتاب، الدور الكبير الذي تؤديه الشبكات الاجتماعية بمواقعها وأدواتها للتواصل والإعلام في تغيير حياة الشعوب العربية والعالم اليومية، ونحن هنا لا نتحدث عن دورها السياسي فقط وهو أشهر الأدوار المعروفة لها في الوطن العربي خاصة بعد الأحداث السياسية الأخيرة، ولكن نقصد أبعادها الأخرى والتي فصلناها تفصيلاً في أقسام هذا الكتاب ولو بشكل عام في بعض الأقسام، فآثار هذا الابتكار القيم تعدت البعد الرئيسي الذي أنشِئت من أجله، ألا وهو التواصل مع الأهل والأقارب والأصحاب بغرض التسلية ، وأصبحت هنالك أدوار جديدة تؤديها وبقوة على ساحة الفضاء الإلكتروني.

وهذه الأدوار امتدت إلى التعليم الإلكتروني والطبابة والتواصل المهني عبر هذه المواقع، ولتتطور أبعاد هذه المواقع ليشمل العمل الإلكتروني، كالتجارة والتسويق والترويج والدراسات الإلكترونية، ومن ثم تطور الأمر لتشمل إدارة الشركات والعلاقات العامة والحفاظ على علامة الشركة التجارية إلكترونياً، عبر مواقع التواصل المختلفة وتطبيقاتها الداعمة للتجارة الإلكترونية، وإن كان السبق للغرب في استغلال قوة مواقع الشبكات الاجتماعية على التواصل الفعال واستغلالها في الأعمال الإلكترونية حتى استحوذ الغرب على جل كعكة الاتجار الإلكتروني، تاركاً الفتات بأقل من ١٪ سنوياً لحجم التجارة العربية الإلكترونية.

ولكن الأمر اختلف مع الدور السياسي الرائد الذي قامت به هذه المواقع، خاصة في تنشيط الحركات السياسية العالمية والعربية، والسبق هنا كان عربياً بامتياز، فهم أول من فطن على قدرة مواقع التواصل الاجتماعي وإعلامه على التغيير، وجذب انتباه المجتمع المحلي والدولي لقضيتهم العادلة، واستخدام قوة تلك المواقع الكامنة في التواصل الفعال وتجميع الناس على اختلاف مذاهبهم

وطباعهم حول راية التغيير وإحقاق العدالة الاجتماعية والمطالبة بالإصلاح الديمقراطي لأنظمة عربية قمعية لم يكن لأحد يوماً ما أن يدعي توقعه لزوالها ولو بالقوة، فما بالك والتغيير أتى بأداة ناعمة لا ترى على الأرض، وأتى من شباب لم يكن يحسب لهم أي حساب أو وزن في مجتمعاتهم، ولكن أثبتوا وبعون الله الذي سخر لهم هذا الابتكار الرائد لمساعدتهم، وبفضل تقنية التواصل المتعدد عبرها، استطاعوا زلزلة أعتى عروش القمع بالتاريخ، وجعل جيوشها وآلاتها الأمنية أوهن من بيت قش للطغيان الذي لم يثبت أمام رياح التغيير والإصلاح العربية.

وقد خطا الوطن العربي خطوات مهمة نحو الاستغلال الحقيقي لهذه المواقع، ولكنه مازال متأخراً في استخدامها للعلم والتجارة والطب والعلاقات الطيبة وغيرها، حتى في البعد السياسي لم يتقنوا سوى فن إحداث التغيير دون استدامته، فهم مازالوا لم يتقنوا فن الغرب في تسخير مواقع التواصل للعمل السياسي المنظم، كالدعاية للأحزاب والتوعية السياسية والانتخاب الإلكتروني وخدمات الحكومة الإلكترونية ودعم الوبقراطية، واليوم تنبع الحاجة إلى الإرشاد نحو الطريق القويم لاستغلال كافة الجوانب المتاحة والمقدمة من هذه المواقع على طبق من ذهب، ولكن لمن يعرف كيف يستخرج كنوزها من بين طيات صفحاتها.

وهنا يجب أن ننوه إلى أن أهمية هذه المواقع قد تنعكس إن استغلت بشكل صحيح من قبل ثلاث فئات أساسية ضمن البلد الواحد، ألا وهي:

١-المصلحة الفردية؛ فمواقع التواصل الاجتماعي إن استغلت بشكل كفُؤ تعود بالفائدة الهائلة على مصلحة الفرد، وتفتح له آفاقاً لم يكن ليحلم بها، كأن توفر له أدوات وتطبيقات تعمل على إذاعة سمعته الشخصية وتحسين صورته أمام المجتمعات الإلكترونية، مما قد يوفر له باباً للتقدم لوظيفة مرموقة كان لا بد أن يتعرف على مانحها، أو أن يروج لعمله وخبرته ومؤسسته، أو حتى أن يروج لأفكاره وينشر مقالات وكتباً إلكترونية له على المدونات، وهذا الانتشار لم يكن ليحدث لولا قوة مواقع التواصل.

٢-مصلحة الجماعة؛ ويقصد بها استغلال مواقع التواصل لتحقيق أهداف جماعة معينة، أو مجتمع إلكتروني معين داخل البلد الواحد أو البلدان، وقد تكون الجماعة مجتمعاً صغيراً أو نادياً أو جمعية ذات أهداف واهتمامات مشتركة، وقد يكون شركة أو مجموعة شركات ومؤسسات ربحية أو خيرية، تستخدم هذه المواقع للترويج لعلامتها التجارية ومنتجاتها أو نشاطاتها التسويقية وغيرها، أو تستخدمها لإدارة الشركة والتواصل مع الموظفين والزبائن من خلالها، أو قد يكون حزباً أو قناة أو صحيفة إخبارية تروج لأفكارها وآرائها السياسية وتحشد الجماهير من ورائها.

٣-وأخيراً مصلحة الحكومة أو البلد ككل؛ وقد بينا كيف أن استغلال الحكومة والقائمين عليها لقنوات التواصل الاجتماعي، وذلك لتحقيق التقارب الحقيقي من المواطنين، وكذلك لتقديم الخدمات الحكومية إلكترونياً، هو من أفضل أنواع الاستغلال لهذه المواقع، وهو أكثرها فائدة وتسخيراً لمصلحة المجتمع فالفرد، أما من يستخدم قوة هذه المواقع للضغط على الشعب وزيادة القيود المفروضة عليه، فهو لن يستطيع ذلك لأسباب أهمها لا مركزية الشبكات ومرونتها العالية في التأقلم ضمن أسوأ الظروف والأوضاع الأمنية، فإن لم تستخدم الشبكات للإصلاح فإن التدمير هو الخيار التالي، ولكن ليس التدمير للشعوب وللشبكات والمجتمعات الإلكترونية، بل لمن يمنعون استغلالها بشكل صحيح ويماطلون في فهم الحقيقة الواضحة وضوح الشمس في كبد السماء، ويقبضون على عروشهم كالقابض على الجمر، ولكن هيهات مع وجود أداة كاشفة للحقيقة كما هي الشبكات الاجتماعية ومنابرها الحرة.

وسنتعرف في هذا الفصل على ما يهم معرفته بأبعاد هذه التقنية المفيدة، لكيفية الاستغلال الأمثل لهذه الشبكات ومواقعها وتطبيقاتها، وذلك لكل فئة من فئات المجتمع والحكومات القائمة عليها، حتى نضمن الاستفادة الكاملة مستقبلاً، وليصبح وطننا العربي وشعوبه رواد هذه التقنية الرائدة، ويتقدمون في مسيرة الإصلاح والتغيير الحقيقي.

ما يهم معرفته من أجل الاستغلال الأمثل لمواقع الشبكات الاجتماعية

مع تطور دور الشبكات الاجتماعية، وتشعب مواقع التواصل الاجتماعي لتشمل معظم نواحي الحياة العملية، تطورت أساليب استغلال تلك المواقع وأدواتها وتطبيقاتها في الوقت نفسه، ومع زيادة الاعتماد على تلك المواقع في حياة الناس العملية، وزيادة تأثير تلك المواقع على مئات الملايين من البشر، صار من المربح جداً على الصعيد الشخصي أو المادي، استغلال طاقات تلك الشبكات وتسخيرها في مصالح الفرد والجماعة، وقد تفطن العديد من مدراء كبريات شركات التقنيات والاتصالات والأعمال الإلكترونية إلى هذا الكنز الدفين، فعملوا على وضع منهجية لاستغلال القوة الكامنة فيها لزيادة الإقبال على مواقعهم وبالتالي زيادة المبيعات والأرباح، وتحسين العلاقة مع الزبائن والرفع من سوية الخدمات الإلكترونية الخاصة والحكومية المقدمة عبر تلك المواقع، بل وتحسين خدمات الإعلام الاجتماعي ونشر الوعي الديمقراطي، والتأثير على صوت الناخب في المجال السياسي أيضاً.

لذلك وضع أولئك المدراء أو السياسيين أو مختصي الإعلام الإلكتروني، جملة من القواعد الذهبية، التي يجب أن ينتبه إليها المرء عند إنشائه لمدونة أو صفحة تواصل بغض النظر عن هدفها، وقد استندوا على تلك الخلاصات بناء على خبرة تراكمية، مما يضمن نقل أهم تلك المبادئ العملية والضرورية لنجاح تجربة استغلال مواقع التواصل الاجتماعي في وطننا العربي، بما يدعم مسيرة الإصلاح والازدهار والتقدم الاجتماعي والاقتصادي والسياسي.

كما أضفت إلى تلك القواعد أو الأساسيات، جملة من الأمور التي يجب أن يتفطن لها الإنسان الراغب في استغلال تلك المواقع لمصلحته، سواء أكان الهدف منها زيادة الإقبال على الموقع وبالتالي زيادة انتشار سمعته الإلكترونية عبرها، أو زيادة المبيعات وتحسين العلاقات الافتراضية مع الزبائن أو المواطنين بشكل عام، أم

زيادة الوعي السياسي والفكري بقضية ما أو حزب معين، أم لمجرد تحسين التواصل مع العائلة والأصدقاء والمواطنين بكل بساطة.

وقد قمت بإضافة بعض الأمور إلى تلك القواعد، والتي وجدتها مهمة من واقع دراستي في مجال نظم المعلومات الإدارية، أو من خبرتي العملية في وضع استراتيجيات التطوير الإلكتروني، والإشراف على عمليات تطوير الأعمال الإلكترونية وأنظمة دعم القرار، أو النظم المساندة لخدمة الزبائن وإدارة علاقة العملاء والتواصل معهم عبر مراكز الخدمة الفعلية والهاتفية والإلكترونية، وذلك في المجال المصرفي من خلال العمل في مجال البنوك الإقليمية العربية لعدة سنوات، وقد لاحظت في خضم عملي هذا، أن هنالك من قد غفل عن العديد من هذه البديهيات أو القواعد للعمل الإلكتروني، خاصة وأن هذا المجال جديد ودائم التطور، فعلى المرء ألا يكتفي بمجرد التعرف على التقنيات الحديثة وأبعادها التكنولوجية فقط، بل يجب التعرف على الاستراتيجيات والتكتيك المناسب لاستغلال تلك التقنية والاستفادة منها إلى أقصى الحدود، وإلا ما فائدة إنشاء صفحة على الفيس بوك مثلاً، دون معرفة كيفية التواصل عبرها لمختلف الأهداف والأغراض التي فصلناها في خضم هذا الكتاب، فالتقنية يلزمها علماً ورؤية واضحة للوصول إلى الأهداف التي ابتكرت من أجل تحقيقها.

ومن أهم القواعد الذهبية[1] التي يجب الإلمام بها، من أجل الاستغلال الأمثل لمواقع الشبكات الاجتماعية، هي الآتي:

١-لا للخوف:

إن أول وأهم خطوة عند الإقبال على إنشاء موقع تواصل أو مدونة أو تطبيق مخصص لدعم التواصل أو غيره، هو تجاهل الصوت الكامن في عقلك والذي يهمس

(1) Godin, Seth, What Matters Now, Seth's Blog, free E-book, 2010

لك أو لكي يشعرك: بأنك لوحدك في هذا الأمر وأنك لن تستطيع القيام به وحدك، وأن مجهود صفحة شخص واحد لن تغير العالم أبداً.

هذا هو الشعور بالخوف الطبيعي عند الإقبال على إنشاء موقع أو صفحة إلكترونية بغض النظر عن أهدافها (سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية كانت)، أو حجمه(صغر أم كبر)، أو هدفه(شخصي، أو لتغيير المجتمع وإصلاحه)، فالقيام بما لم يتفطن له الغير هو عمل مهم وبحاجة للتفكير قبل الإقبال عليه، ولكن الفرق بين التفكير والتعقل وبين التردد والخوف، فرق شاسع، فمهما بلغ حجم المشروع أو الموقع الإلكتروني، يجب أن لا ينقلب التعقل إلى تخوف وتردد، ولذلك فإن استلهام الشجاعة من ثلة قائمة حولك سواء من داخل محيطك أو من الخارج، كأن تستلهم الشجاعة في إنشاء عمل إلكتروني رائد من بيل جيتس ومارك زكربيرغ، أو أن تستلهم العمل في الإعلام الإلكتروني من شجاعة منشئ ويكي ليكس، أو أن تستلهم الشجاعة بالانضمام للحراك السياسي من شهداء الربيع العربي الذين لم ترعبهم آلة القتل الرسمية وعمليات التعذيب الهمجي، فانتصروا وكان لهم ما أرادوا.

والعزم على المضي قدماً والقيام بما لم يفعله أحد هو الأصوب عند مواجهة الخوف، فالفضاء الإلكتروني اليوم عالم مفتوح أمام الجميع، والكل يستطيع أن يساهم بما يستطيع، عظم شأنه أم صغر، وبالتالي السبق لمن يستطيع تحويل هذا الخوف إلى عزيمة مدفوعة بالتأني والتفكير الهادف للمضي قدماً بما تعتزم فعله، والشجاعة تأتي من القلب وليس من العقل، ولكن ترسخ في العقل بعدها.

٢-اجمع الحقائق :

قبل أن تبدأ في أي خطوة من خطوات التنفيذ، لا بد من جمع الحقائق والمعلومات الكافية حول طبيعة الموقع أو المدونة أو الصفحة التي تريد أن تساهم بها عبر مواقع التواصل، فلا تكن كالعديد من الأشخاص الذين يقيمون

صفحاتهم ومدوناتهم دون تفكير أو عرض لمعلومات صحيحة، فيألفون المعلومات أو يضعون معلومات خاطئة ومتضاربة، وهذا يؤدي إلى الضرر بمصداقية المدونة أو الصفحة وبالتالي الضرر بسمعة المنشأ الافتراضية، وهو ما لا يمكن تعويضه خاصة وأن من يدخلون الموقع مرة ويجدونه كاذباً، لن يعودوا له مجدداً، وبالتالي سينتهي الإقبال عليه بعد فترة.

٣-الرؤية Vision :

إن العديد من الشركات والمؤسسات سواء كانت فعلية أم تمارس أعمالها إلكترونيا، لها عادة صفحة تعرف فيه عن نفسها، وعن هيكل الإدارة والأهداف القائمة من أجلها كما تعبر عن رؤيتها لمستقبل الشركة ودورها في المجتمع وخطة العمل لذلك في بعض الأحيان، فالرؤية هي عامود الأساس لبناء المنظمات في عالم الإدارة الحديث.

ولكن للأسف فإن العديد من الشركات والمؤسسات لا تعرف كيفية التعبير الصحيح عن رؤيتهم الحقيقية، أو لا تهتم بهذه الصفحة أصلاً، وبدون رؤية واضحة فإن المؤسسة أو الشركة أو حتى الموقع الشخصي، سيسري في ظلمات الفضاء الإلكتروني بلا هادي، وسيتخبط الموقع مراراً حتى يجد الصيغة المناسبة، وكل ذلك إضاعة للوقت والجهد والمال.

فالرؤية الواضحة تشمل التخطيط الاستراتيجي ومن ثم التكتيك المناسب لتطبيق ذلك التخطيط للوصول للأهداف المرجو تحقيقها لهذه المرحلة، وعادة الأهداف توضع لثلاث أو خمس سنوات، مع خطة العمل ونموذج المؤسسة وهيكلها المناسب، ومن ثم تحدد موارد الدخل للموقع كثمن الخدمة أو الاشتراكات أو تأجير مساحة على الموقع للإعلانات أو المبيعات المباشرة من الموقع، وتحدد مصادر النفقات كالإعلانات عبر الفيس بوك وجوجل والمواقع الأخرى أو تقديم العروض لجذب الزبائن وتكلفة الحملات الإعلانية عبر البريد الإلكتروني وهكذا، بعدها

يتم حساب التكاليف والأرباح، وتحديد هامش الربح الذي ترغب الحصول عليه، ومن ثم التأكد من متابعة الزبائن وخدمتهم عبر الموقع أو الصفحة الاجتماعية، والتأكد من انتشار العلامة التجارية للموقع أو المؤسسة شيئاً فشيئاً.

هذا كان وضع الرؤية للمؤسسات والشركات العاملة في مجال الأعمال الإلكترونية، أما بالنسبة لوضع رؤية لصفحة شخصية أو فردية، فإنها ستختلف فالهدف هنا هو غير تجاري، وعلى الأغلب تنشأ الصفحة أو المدونة لغرض التعارف أو زيادة الانتشار وتعريف الناس بالمرء، وأغلب المواقع الشخصية هي مواقع مهنية أي لغرض تعريف الناس بسيرة الفرد الذاتية والمهنية، وتصبح الغاية هنا هو تحقيق تلك الأهداف مع الأخذ بعين الاعتبار الحفاظ على سمعة الفرد الافتراضية، فلا تنشأ مواقع أو صفحات الهدف الأساسي منه التشهير بفلان أو نشر صور فاضحة للشخص نفسه أو لغيره.

أما الغاية من وراء إنشاء المواقع والصفحات ذات الغرض السياسي، فهي إما لزيادة الوعي العام حول قضية محورية تهم المجتمع، أو لزيادة الوعي العام حول فكر سياسي معين لشخص أو حزب ما، والنتيجة النهائية هي حشد الدعم حول تلك القضية، أو حشد التأييد لحزب أو فكر معين، وذلك للتأثير على التصويت في الانتخابات العامة، وهو ما يتطلب أخذ القضية ونوع الفكر السياسي ومن الجمهور المطلوب حشد تأييده عند إنشاء الصفحة أو الموقع، وذلك لضمان نجاح الحراك نهاية.

الهدف الأساسي هو التواصل:

إن الهدف الأول والأخير من إنشاء مدونة أو صفحة اجتماعية هو التواصل مع الآخرين، سواء كان المنشأ فرداً يريد أن يتواصل مع أقاربه، أم شركة تريد أن تتفاعل مع زبائنها، أم مؤسسة حكومية تريد أن تخدم المواطنين، أم حزباً سياسياً يريد أن يتقرب من قاعدته الانتخابية، يبقى دوماً الهدف هو التواصل والتفاعل

مع بقية أفراد المجتمع الإلكتروني.

لذلك يجب أن يكون التركيز على ذلك التواصل، وكيفية تسهيله ودعمه، من خلال إنشاء الموقع أو الصفحة لهذا الغرض واستخدام جميع أدوات التواصل وتطبيقاته الداعمة، فلا تكتف مثلاً بصفحة على الفيس بوك فقط، بل أنشِئ على ماي سبيس وجوجل بلس وتويتر ولينكدإن بالإضافة للمنتديات العامة والمجموعات الإلكترونية وغيرها من المواقع التي تضمن أوسع انتشار بأقل وقت وتكلفة ممكنة، ويحبذ أن يكون التواصل تفاعلياً، أي يمكن المساهمة بالحائط الخاص بالصفحة أو التعليق، وذلك لجذب الآخرين وتفعيل الحوار الإلكتروني.

اختيار قضية محورية:

يجب أن تتمركز محاور المدونة أو الموقع أو صفحة التواصل الإلكترونية حول قضية محورية جاذبة للحركة على الصفحة أو الموقع، ومن أجل ذلك الجذب لا بد أن تحظى القضية بأهمية لدى الناس، أي أن تكون مهمة لحياتهم اليومية وجزء من حديثهم وتواصلهم اليومي، وإلا فإن عرض قضية شخصية قد لا يحظى بانتباه كعرض قضية تهم المجتمع أو البلد أو المنطقة بشكل أوسع.

وكل ما كانت القضية مثيرة للجدل وحساسة ومهمة وحديثة كلما ازداد انتباه الناس لموقعك، مع الانتباه لضرورة الحذر في اختيار قضية قد تكون جذابة ومثيرة للاهتمام ولكنها تترك انطباعاً خاطئاً عن الصفحة ومنشِئُها، مثل صفحة عن حرية ممارسة الجنس قبل الزواج، قد تجذب الانتباه ولكنها تعطي فكرة مشوهة عن صاحبها، ولكن صفحة تتمحور حول العدالة والحرية وغيرها من المفاهيم النبيلة، تجذب الانتباه وتعطي انطباعاً جيد وسمعة طيبة لصاحبها، وبالتالي دوماً يجب أن يكون التركيز حول قضايا نبيلة ومعطاءة وصادقة تفيد المجتمع والناس والفرد في آن واحد.

كما يمكن التركيز حول الاهتمامات المشتركة لدى عامة المجتمع الإلكتروني، فتستطيع الشركات أو المؤسسات إنشاء صفحات لها خاصة بالمجموعات الرياضية التي تشجع فريقاً أو رياضة معينة، وكذلك إنشاء صفحة تستهدف فئة معينة من المتواصلين، كالنساء الحوامل أو المتزوجين حديثاً، أو الأطفال وغيرها، ومن ثم التواصل مع هذه الفئة لترويج المنتجات لهم، والأمر سيان لصفحة موقع إعلامي أو سياسي، ولكن المنتج هنا ترويج الفكر السياسي الخاص بهذه الصفحة لقاعدة الناخبين.

سهل وصديق للمستخدم Easy and User Friendly:

عند تصميم الموقع أو المدونة أو الصفحة الإلكترونية، يجب تذكر جعل ذلك التصميم سهلاً، خالياً من التعقيدات حتى ولو عنى ذلك التخفيف من حدة التطبيقات الحديثة المدمجة في الصفحة، فالهدف دوماً هو تسهيل عملية التواصل لا تعقيدها، وكثرة الخيارات المتاحة قد يضر بمتعة الاستخدام مثلما قد يفيد، كما أن كثرة الصور والأفلام والفلاشات الدعائية قد يبطئ من سرعة التحميل لدى العديد من المستخدمين خاصة في الدول النامية، حيث البنية التحتية للاتصالات ما زالت ضعيفة، وسرعة الإنترنت قليلة، لذلك يفضل التصاميم البسيطة ولكن المتقنة والجاذبة للاهتمام بالوقت نفسه، وهنالك علم كامل في كيفية اختيار اللون المناسب وما يعنيه للمشاهد أو المستخدم للموقع، وكل لون مناسب لنوع معين من الصفحات الإلكترونية وهكذا.

ويجب الانتباه إلى أن العديد من مشاريع تطوير المواقع يتأخر إطلاقها وتتضخم ميزانياتها، بسبب التشتت والرغبة في إضافة كل ما هو جديد أو ما تفعله مواقع أخرى، وهذا يؤدي إلى كثرة التطبيقات و المزاحمة على الصفحة الرئيسية ويؤدي إلى نتيجة عكسية، فالأفضل هو تبسيط التصميم وإطلاق الموقع أو الصفحة بشكل مبدئي ومن ثم تحسين المميزات شيئا فشيئا ووفق ما يرغبه مستخدمي

الموقع، فالتصميم البسيط والسهل والصديق للمستخدم هو المطلوب هنا.

الترابط Connected:

من المهم ألا يكتفي المرء بنوع واحد من أدوات التواصل، بل من أجل استغلال القوة الكاملة لمواقع التواصل الاجتماعي لا بد من تصميم جميع أنواعها، فشركة خاصة على سبيل المثال لا يجب أن تكتفي بموقع إلكتروني فقط، بل يجب أن تنشِئ مدونة وصفحة على الفيس بوك والماس سبيس وتويتر، وتخصص من يتواصل مع المستخدمين في تلك المواقع وباستخدام كافة التطبيقات والأدوات التي توفرها، حتى تضمن أعلى مستوى من التقرب من قاعدة الزبائن، وكذلك الأمر بالنسبة للفرد العادي أو الناشط السياسي أو المؤسسة العامة، فكلما أضفت صفحات للتواصل وأضفت روابط لتلك الصفحات إلى بريدك الإلكتروني المرسل للعامة، ستضمن انتشاراً أوسع.

المحتوى Content:

إن من أهم مكونات موقع التواصل وأكثرها تحديداً كعامل للجذب، هو محتوى الموقع أو المدونة أو الصفحة، ونعني بالمحتوى هو ما يحتويه الموقع أو الصفحة من معلومات وصور وأفلام ورسائل وتطبيقات وبرامج وروابط، كل تلك المعلومات هي ما تشكل مضمون أو محتوى الموقع.

ولذلك من المهم التركيز على المحتوى وجعله جذاباً ذو معنى ويتحدث عن قضية مهمة نبيلة وتهم المجتمع الذي ترغب في جذبه للموقع، ويجب أن تكون المعلومات صحيحة ومؤكدة من مصدرها، حتى تعطي مصداقية للموقع أو للصفحة، وتعطي انطباعاً جيداً للمنشأ وسمعة طيبة للأشخاص الذين يقفون خلفها، ويجب تحديث المحتوى، فكلما كان جديداً وحديثاً، كلما زاد إقبال الناس عليه لمعرفة الجديد، خاصة في المجالات المشتركة بينهم، والتي تهم المجتمع بأسره.

الإثراء Enrichment:

الإثراء عند تصميم وإنشاء مواقع التواصل، يعني ببساطة إعطاء معنى للمحتوى الخاص بالموقع أو المدونة أو صفحة التواصل، وذلك عندما تجعل ذلك المحتوى غنياً ذا معنى معبر ومؤثر بالمتصفح له، والإثراء يتطلب عدداً من الخطوات حتى تضمن شمول المحتوى لهذه الخاصية المهمة، ألا وهي:

١-الالتزام؛ يجب أن يلتزم تصميم ومحتوى الموقع بدعم مجريات الحياة العامة وعرض آخر الأخبار والأحداث بخصوصها، أي احتواء المحتوى على آخر أخبار المجتمع، المؤتمرات، الحفلات، الأحداث العامة والسياسية التي تهم المجتمع، وغيرها من الأمور المشتركة والجاذبة للموقع.

٢-الاهتمام؛ يجب على محتوى الموقع أن يشمل معلومات وأخباراً وصوراً وأفلاماً تهم المجتمع وتتناول القضايا المشتركة والمؤثرة له، فعرض الصور والأفلام المعبرة لرأي المنشِئ فقط، قد يجذب عدداً أقل مما لو كانت تلك الصور والأفلام تتناول موضوعا ذا اهتمام مشترك لدى المجتمع الإلكتروني بأسره.

٣-التواصل؛ أن يكون محتوى الصفحة أو الموقع يحتوي على وسائل داعمة للتواصل والتفاعل الاجتماعي وهو أمر في غاية الأهمية، كون معظم المتصفحين اليوم يرغبون بمشاركة المقال أو الحدث أو الصورة مع أصدقائهم وعائلاتهم على مواقع التواصل، ويجب على الموقع أن يدعم ذلك بإضافة روابط وأدوات تحتوي على أشهر مواقع التواصل الاجتماعي، وأي صفحة أو موقع لا تدعم هذه المواقع تبقى ناقصة وإن كان تصميمها جيداً، كما يجب إضافة الجديد من مواقع التواصل إلى هذه الروابط والتطبيقات أولاً بأول.

٤-التحاور؛ يجب أن يكون أسلوب التواصل والتفاعل مع الموقع، أسلوباً صادقاً، وذلك باحتواء الموقع على معلومات صادقة وموثقة، وكذلك من خلال التحاور من قبل إدارة الصفحة أو الموقع مع المتصفحين والمتواصلين بطريقة

شخصية وصادقة، تعطي انطباعاً بالحميمة والصداقة الإلكترونية، وهو ما يبحث عنه العديد من مستخدمي المواقع هذه الأيام.

٥-زيادة قدرات الموقع على التواصل؛ وذلك بإتاحة أدوات خاصة بتحسين التواصل والتفاعل مع الصفحة أو الموقع، وذلك بالسماح للمستخدمين بإضافة التعليقات أو إضافة بعض محتويات الصفحة، كتحميل الأخبار أو الصور، أو المشاركة بالموقع وهكذا.

كل تلك الخطوات كفيلة بضمان شمول محتوى الموقع على خاصية الإثراء والمعنى الغني والمؤثر بالمتصفحين، وبالتالي زيادة الإقبال عليه، وزيادة انتشار هذا الموقع بين الناس.

التفاعل Interaction:

إن تصميم الموقع حول مفهوم التواصل الاجتماعي الفعال، ثنائي الاتجاه، من شأنه تحقيق أعلى مستوى ممكن من التفاعل الجماهيري مع الموقع أو الصفحة، وذلك بإضافة أدوات لتعزيز التفاعل، كالتعليقات، المنتديات، الحوار وإضافة الأخبار على الحائط الخاص بالصفحة، إضافة ألعاب الترفيه التفاعلية عبر الموقع، السماح بتحميل وتنزيل الأغاني والصور والأفلام، استخدام تطبيقات الموبايل، وغيرها من وسائل تهدف لتعزيز متعة تجربة الجمهور بتفاعلهم مع الموقع.

التواصل الشخصي Personal Networking :

كلما كانت رسالة الموقع ومحتواه ذا طابع شخصي ولغة قريبة من الجمهور المستهدف من إنشائه، كلما زاد الإقبال عليه، والسبيل لإعطاء طابع الحميمية والتقرب من الجمهور، هو أن تفهم ما يثير اهتمامه وأن تستوعب البيئة القادم منها معظم رواد الموقع، ولذلك فإنه من المهم جداً أن تكون لغة المحتوى قريبة من لغة الفئة المستهدفة وتتحدث في مواضيع تهمهم أيضاً.

أضف إلى ذلك لغة التواصل المباشر لإدارة الموقع مع رواده، فأسلوب التواصل والحوار عبر صفحات التواصل الاجتماعي مع جمهور الموقع، وكذلك طريقة الرد على الشكاوى والتعليقات بلغة غير متعالية وبأسلوب شخصي وتفاعل مباشر من شأنه أن يعطي انطباعاً حقيقياً أن إدارة الموقع والقائمين عليه يهتمون برواد ذلك الموقع، وهذا من شأنه زيادة الإقبال والانتشار من خلال تعزيز السمعة الافتراضية الطيبة.

الصدق Honesty:

من أهم العوامل الجاذبة لموقع أو صفحة معينة، هو صدق محتوى الموقع والرسالة التي يراد إيصالها للمتصفحين، فرواد مواقع التواصل الاجتماعي اليوم هم من أذكياء الأمة، وليس بالسهولة خداعهم والكذب عليهم، وحتى إن استطاع موقع ما من تضليلهم بالمعلومات الكاذبة والخداع، فإنه حتماً مع الزمن ستتضح الكذبة وستكشف الحقيقة، وذلك لتعدد مصادر المعلومات وسعة انتشارها، وبالتالي من الصعب بل ومن المستحيل إخفاء الحقيقة عن الجماهير الإلكترونية، وستصبح سمعة الموقع والقائمين عليه في خبر كان.

فمن الضروري أن يكون مضمون رسالة الموقع أو الصفحة صادقاً، بل ونابعاً من القلب، فعلى السياسي أن تكون أفكاره نبيلة ومعبرة عن هموم المواطنين، وعلى التاجر أن تكون رسالته عن منتجه صادقة وأن لا تحتوى على غش وخداع للمستهلكين، وعلى الإعلامي أن تكون أخباره صادقة وذات مصادر موثوقة، وعلى المتواصل للتسلية أن تكون رسالته نبيلة وبعيدة عن البذاءة والامتهان وغيرها من الأمور السلبية والكفيلة بإحباط الإقبال على أي صفحة أو منتدى.

الأهم في مجال ضيق:

لكي تبرز كموقع صغير أو صفحة للتواصل بين ملايين المواقع والصفحات،

ليس بالضرورة أن تكون الأضخم ميزانية كجوجل بلس أو الفيس بوك، وليس بالضرورة أن تكون الأمهر في التقنية والإبداع كموقع آبل، ففي البداية تكون المواقع والمنتديات وبوابات التواصل صغيرة وغير معروفة، ولكن الخطوة الأهم هي أن يقرر منشِئُ الموقع أو الصفحة أو المنتدى، أن يكون الأفضل والاهم والأكبر في مجال ضيق محدد، بمعنى أن تكون سمكة كبيرة في بحيرة صغيرة خير من أن تكون سمكة صغيرة في محيط لجي واسع.

وذلك يتطلب أن تحدد ما يعرفه مختصو التسويق والمبيعات بتقسيم السوق"Market Segmentation" إلى فئات أو شرائح أصغر وأصغر حتى تصل إلى شريحة معينة من المستهلكين أو المجتمع، ذوي صفات مشتركة ومناسبة لما تقدمه من خدمات أو معلومات أو منتجات على موقعك، ومن ثم التركيز على ما تريده هذه الفئة، وتصميم أو تعديل محتوى الموقع لما يناسبها من اهتمامات ورغبات، وبذلك تضمن أن تكون الأفضلَ في مجال محدد، وتصبح عملاق هذا الفضاء الإلكتروني الصغير ضمن فضاءات إلكترونية أكبر مشكلة جميعها الكون الإلكتروني الواسع أو ما يعرف بالإنترنت.

الانطلاق بقوة Momentum:

لحظة إطلاق الموقع أو المدونة أو الصفحة الإلكترونية أو التطبيق التقني للتواصل، هي أهم اللحظات في عمر المشروع أو في عمر المؤسسة الإلكترونية ككل، لأنها لحظة الولادة، أو لحظة تعرف العالم عليك وعلى محتوى موقعك وبالتالي الفلسفة الفكرية من وراء إنشاء هذا الموقع، وهنا أيضاً تبدأ العلامة التجارية أو سمعة الموقع ومُنشِئِه بالتشكل ما بين الناس، فكما أنه يتشكل الانطباع الرئيسي لدى المرء في أول تسعة ثوان عند التعارف الفعلي، والخبراء أكدوا أن الإنسان لن يغير ذلك الانطباع إلا بصعوبة، فإن أول ٣٠ ثانية -والتي يحتاجها الشخص لمشاهدة الصفحة الرئيسية من الموقع- لكي يشكل رأيه حول جودة هذه الصفحة أو

الموقع بشكل عام.

فإذا كانت تلك اللحظات الأولى تعطي انطباعاً عاماً سيئاً، فإنه يصبح من الصعب عودة ذلك الشخص إلى الموقع مرة أخرى، كذلك فإنه من المكلف تغيير ذلك الانطباع بعد فترة من إطلاق الموقع، وهنا تؤدي عوامل تصميم هذا الموقع والتي تحدثنا عنها دوراً مهماً في جذب الجماعات لمحتوى هذا الموقع.

والمهم في لحظة الولادة هو الانطلاق بقوة، فمتى تأسس الموقع وعرف به الناس يجب المحافظة على شعور التميز والتفرد التي تحظى به المواقع الجديدة، وذلك بتطوير الموقع باستمرار وإضافة ما هو جديد ومثير للجمهور الإلكتروني، والمهم ألا يبقى الموقع أو الصفحة على حالها بعد الإطلاق، وهو ما يحدث للعديد من المواقع والصفحات والتي تنتهي بعد فترة من السبات العميق إلى مزابل التاريخ الإلكتروني للمواقع، وينساها الناس، ويذهب ذلك الشعور بالفضول نحو ما هو جديد، وتبقى الحسرة والندامة لمنشئه، لذلك يجب الإبقاء على حماس العاملين في الموقع ورغبتهم في التطوير والتحديث ما بعد مرحلة الإطلاق، وهو كفيل بإبقاء الموقع متجدداً ومحوراً لاهتمام المتصفحين.

جذب الانتباه Attention:

عقب إطلاق الموقع أو الصفحة، يجب العمل على جذب انتباه مستخدمي فضاء الإنترنت الواسع إلى ذلك الموقع أو تلك الصفحة، وهو ممكن من خلال تحديد شريحة المجتمع التي ترغب بجذب انتباهها إليك، ومن ثم تصميم المحتوى كي يناسب اهتماماتها تلك، ولكن الأهم من ذلك استخدام قوة مواقع التواصل في التسويق الفيروسي الإلكتروني والإعلام الاجتماعي للترويج لموقعك أو صفحتك، فتستطيع أن تحدد حملة تسويقية إن كنت تملك مبلغاً من المال مخصصاً لذلك، كما في إعلانات جوجل أو الفيس بوك والتي تدفع حسب عدد مرات الضغط على وصلة موقعك، أو من خلال الخيار المجاني وهو عبر حديث مستخدمي الموقع

والمنتديات وصفحات التواصل الأخرى.

استخدام أدوات الإعلام الجديد والعلاقات العامة الإلكترونية:

كما بينا دور الإعلام الجديد في عالم ما بعد الشبكات الاجتماعية سابقاً، وأوضحنا دوره الأساسي والفاعل في الترويج الإلكتروني ومجال العلاقات العامة الإلكترونية " Online PR أو E-PR"، وبينا أيضاً الدور الذي أدته وتؤديه أدوات الإعلام الاجتماعي من مدونات وصفحات على الفيس بوك، أو الرسائل الإخبارية والترويجية القصيرة المبثوثة عبر تويتر، أو الأفلام الإخبارية والإعلامية القصيرة والمحملة على اليوتيوب، كل تلك الأدوات التي لا تقدر قدرتها على التسريع من عملية الانتشار الواسع وعلى نطاق عالمي، لا تقدر بثمن، خاصة مع قلة التكلفة و كثافة التعرض للجمهور واتساع رقعة تغطيتها، وهي ميزات لا تقارن مع الإعلام التقليدي ذي التكلفة العالية.

حتى أدوات العلاقات العامة الإلكترونية والتي تستخدم مواقع التواصل وتطبيقاتها لإدارة المعركة الإعلامية والترويجية للدفاع عن سمعة الفرد، أو المؤسسة أو الحزب أو الشركة الإلكترونية في فضاء الشبكات الواسع، حيث يمكن استخدام تلك الأدوات للترويج عن الفكر وراء حراك سياسي أو حزب معين، وكذلك يمكن استخدامه في خضم حملة ترويجية لمنتج معين أو للدفاع عن قرار مؤسسة حكومية معينة وإيصال الرسالة إلى عموم الجماهير الإلكترونية.

وقد أهملت العديد من الشركات والمؤسسات بل حتى الحكومات العربية قوة الإعلام الجديد، واعتبرتها ألعاب مراهقين، فلم تستوعب قوتها الحقيقية حتى الآن، مع دورها الواضح والفاعل في حركات التغيير الحاصلة في الوطن العربي، خاصة تلك التي في دول الربيع الثوري منه، إلا أن العديد من المسؤولين ومالكي الشركات ومديري المؤسسات لم يستوعبوا دورها الفعال في التأثير على الرأي العام وبسرعة مدهشة، والسبب هو كما قلنا العلاقة الترابطية الشخصية للمجتمع

الاجتماعي الإلكتروني والذي يشكل القاعدة المبني عليها مواقع الشبكات الاجتماعية.

فخسرت العديد من الأنظمة معركة العلاقات العامة الإلكترونية للدفاع عن فكر نظمها، والسبب هو أن محور المحتوى أو القضية التي دافعت عنها لم تلق إعجاب أو قبول المجتمع الإلكتروني، ألا وهو الدفاع عن القمع والفساد وتبريره بأكاذيب لا تنطلي على رواد مواقع التواصل، والسبب الآخر هو عجز الحكومات ومؤسساتها عن استخدام كافة وسائل الإعلام الاجتماعي، إما لعدم فهمها الكامل لقوتها، أو لعدم وجود الكفاءات القادرة على تسخيرها لخدمة الوطن والمواطن، لا خدمة قضية شخصية خاطئة وغير نبيلة، مما يؤدي إلى انفضاض الناس حولها، بغض النظر عن فخامة تصميم الموقع وتكلفة حملات التسويق الإلكتروني الضخمة والتي ذهبت هباء منثوراً أمام إرادة الشعوب ورغبتها في التغيير والإصلاح.

وكذلك فالعديد من الشركات العربية الكبرى لم تدخل بعد مجال التسويق الإلكتروني باستخدام مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها، وبقيت تتقيه كرجس من عمل الشيطان الغربي، وأنها تكلفة بلا فائدة مع انخفاض تلك التكلفة مقارنة بالحملات الإعلانية التقليدية، بينما العديد من الشركات الغربية اليوم تخصص موظفي تسويق خاصين بالترويج عبر مواقع التواصل، كذلك تخصص موظفي علاقة عملاء وخدمة الجمهور عبر تلك المواقع، وأقسام خاصة لمتابعة الشكاوي القادمة مباشرة من الجماهير الاجتماعية، بل هنالك العديد من المدراء العامين للكبرى الشركات الغربية تراهم يتواصلون مع زبائنهم ويتابعون شكاويهم ومقترحاتهم شخصياً ومباشرة عبر صفحات تلك المواقع، ويشاركون في المناقشات حول منتجات الشركة وغيرها، في محاولة لتقريب المسافة بين الشركة والزبون، ولإعطاء ذلك الشعور بأهمية الرابطة وشخصيتها بين الإدارة وعملائها أو بين الإدارة وموظفيها أيضاً.

والأفضل هنا هو استخدام جميع أدوات الشبكات الاجتماعية وإعلامها الجديد، بهدف الترويج لمفهوم سمعة الشركة والانطباع العام حول علامتها التجارية أو شعار موقعها التجاري وهو ما يعرف بـ" Branding" لإعطاء تجربة شخصية مع العميل و تحسين الخدمة المقدمة له، فالمعركة اليوم هي معركة علاقات عامة، وتجري رحاها عبر صفحات مواقع التواصل الاجتماعي وتوجه الضربات للخصوم التجاريين أم السياسيين بواسطة أدوات الإعلام الاجتماعي الجديد.

التركيز Focus:

قد يتشتت انتباه القائمين على الموقع أو الصفحة وتطويرها، خاصة بعد مرور سنوات من إطلاقها، وذلك إما بسبب تراكم أعمال التطوير الخاصة بالموقع، وتزاحم الأفكار الجديدة التي يرغبون بإضافاتها للموقع، أو وبكل بساطة بسبب فقدان الاهتمام بالموقع بعد كل هذه السنوات، وهي مشكلة فتكت بالعديد من المواقع، خاصة مواقع الهواة منها.

وحتى المواقع المحترفة قد تخرج عن مسار الخطة الأولية وتحيد عن مسرى تحقيق الأهداف الرئيسية من الموقع أو الصفحة، وتنشغل بتطوير أو إضافة أمور ثانوية لا تهم مستخدمي الموقع حقيقية، خاصة عندما تحاول تقليد غيرها من مواقع التواصل، وهذا يؤدي إلى ضياع البوصلة وفقدان الاتجاه.

لذلك يجب التركيز على الغرض الحقيقي من وراء إنشاء الموقع أو الصفحة، وذلك من خلال قيام إدارة الموقع بمراجعة دورية لمسيرة الموقع عبر السنوات، والاهتداء بخارطة الطريق، والتي تحتوي على أهداف المشروع الرئيسية وكيفية تحقيقها، والتي وضعت عندما خطت رؤية الموقع الأساسية في بداية دورة حياة المشروع أو الموقع، وبذلك تضمن بقاء السفينة على مسارها الأصلي.

كل المبدعين، أو المخترعين، أو مكتشفي الأعمال والمنتجات الرائدة، قد واجهوا المشككين بقدراتهم في المجتمع من حولهم عبر مختلف العصور، فمعظم الرائدين في العالم لم يتلقوا التشجيع ممن حولهم عند البدء في اختراعاتهم، بل العديد منهم اتهم بالجنون أو الهرطقة لحظة الكشف عن اختراعه أو منتجه الجديد للعالم، والبعض قد دفع حياته ثمناً باهظاً للدفاع عن معتقداته أو اكتشافاته العلمية، لذلك طالما أن هنالك أناساً مخترعين يرون في الأشياء فرصاً لتحسين الحياة لا يراها نظراؤهم من بقية أفراد المجتمع، سيبقى بالتالي مشككون في تلك الاكتشافات، بل ومعارضون لها أيضاً، وذلك التشكيك ينبع عادة من شعور الآخر بالإحباط والغيرة من تفوق نظيره عليه، ومن موهبته في رؤية ما لا يستطيع المشكك رؤيته في الأشياء من حوله.

وبالتالي عندما ستنشِئ موقعك، أو مدونتك، أو صفحتك الإلكترونية إما بغرض التسلية والتواصل، أو بغرض الاتجار الإلكتروني، أو لغرض النشاط السياسي والتعبير الثقافي، أو كأداة للإعلام والأخبار، فإنك ستواجه العديد من مثبطي العزيمة ومن أقرب الأقرباء إليك ومن الأصدقاء والعائلة أيضاً، خاصة في الوطن العربي من ذووي الثقافة المحدودة نوعاً ما عندما يتعلق الأمر بالعمل عبر مواقع التواصل، فالأغلب لم يكن يعرف عنها شيئاً قبل الأحداث السياسية الأخيرة، ومن يعرفها يرى أنها للتسلية والتواصل بشكل رئيسي ولا يرى إمكانياتها الحقيقية، كأهم الأدوات الحديثة للتجارة والتواصل الحضاري والثقافي والتغيير والإصلاح الديمقراطي.

لذلك يجب التغاضي عن التهكمات والاعتراضات التي ستواجه من يفكر أن ينشِئ مدونة أو موقعاً خاصاً به بغض النظر عن الهدف من ذلك الموقع أو الصفحة، والقاعدة الذهبية لمعرفة إن كانت فكرة الموقع أو الصفحة سخيفة هي:

إن كان المحتوى ذو هدف نبيل وحضاري ولا يتعارض مع منظومة المجتمع الأخلاقية والدينية والفكرية، فإنه ليس بالفكرة السخيفة وإن كانت الفكرة مكررة أو جديدة، فالمهم هو المحتوى الذي سيراه الجمهور، ويأتي بدرجة أقل، حداثة الفكرة وأصالتها، وقدرتها على جذب المتصفحين لها، ومدى أهمية المحتوى بالنسبة لقضايا المجتمع والأمة بشكل عام، ونهاية مدى الجدوى الاقتصادية من إنشاء الموقع أو الصفحة، وهذا يتطلب مقارنة الدخول المتأتية عن الموقع مقابل كلفة إنشائه وصيانته وتحديثه، مع مراعاة الغرض من وراء إنشاء الموقع خيرياً كان أم ربحياً، خاصاً أم عاماً.

فإذا كان الموقع أو الصفحة تندرج تحت مظلة القاعدة الذهبية وتلبي معظم الشروط أعلاه، فيجب تجاهل الأصوات المثبطة للعزيمة عندها، والإقبال على إنشاء وتطوير وتحديث الموقع بعزم وإرادة، والمهم الإيمان بالفكرة من وراء إنشاء الموقع من قبل القائمين عليه بنفس قدر أهمية الإمكانات والقدرات على تنفيذ تلك الفكرة، بل ويزيد، لأن العزيمة والإصرار في تنفيذ الفكرة بالقدر المستطاع وضمن الإمكانات المتاحة، ومن ثم الإرادة في إخبار الناس بها، هو الأساس لنشر وإشهار الموقع وبالتالي إيصال الرسالة أو الفكرة الرئيسية من إنشائه، وهو ما يتمناه العديد من المواقع.

وحتى بعد سنوات من إطلاق الموقع أو الصفحة، تبقى العزيمة والإصرار في تخطي الصعاب القادمة (وستأتي الصعاب بكل تأكيد بعد ذهاب البهجة والإثارة بإطلاق الموقع) هي الأساس، بل هي ضرورة لتخطي عقبة التباطؤ التي تحدث لمعظم المواقع والمنتجات الإلكترونية بشكل عام، ألا وهي الهوة "The Chasm"، ويعني خبراء المواقع والأعمال الإلكترونية بها، الهوة التي تفصل ما بين مرحلة الانطلاق والتي تشتمل على تجربة المتصفحين الراغبين في تجربة كل ما هو جديد وحديث في عالم التقنية والإنترنت، وهم أول من يجربون المنتج أو الموقع الإلكتروني، وما بين مرحلة العاصفة أو الإقبال الشديد والتي تبدأ فيها جماهير

المستخدمين والمتصفحين بالإقبال على الموقع أو الصفحة، وتنتشر سمعة الموقع بين الناس، ويصبح له رواد مخلصون، ونسبة من يعبر الهوة من المواقع والمنتجات الإلكترونية الخاصة بالإنترنت من طرف التجربة إلى طرف الانتشار بقوة يقدر بحوالي ٢٠٪، بينما الغالبية العظمى من المواقع والمنتجات تقع في هوة التباطؤ والتراجع النسبي، ورويداً رويداً حتى ينسى الموقع أو الخدمة أو الصفحة، وتذهب طي النسيان.

لذلك لا بد من العزيمة والإصرار ممزوجة بقوة الإرادة للوقوف وراء فكرة الموقع وتحديث محتواه، وعدم الملل منه، والاستمرار في نهج الإثارة والتشويق كما هو الحال عند البدء بإطلاق الموقع، حتى تقفز إدارة الموقع فوق الهوة، وتعبر بسلام إلى ضفة الانتشار والإقبال الجماهيري، وبالتالي تحقيق الأرباح أو الأهداف المرجوة من إنشاء الموقع أو الصفحة بالأساس.

العاطفة بخصوص المحتوى Passion:

لطالما استغربت ممن يطورون خدمة إلكترونية أو موقعاً أو صفحة إلكترونية ولا يستخدمونها، والحجة لديهم هي أنهم أنشؤوها لاستخدام الغير وليس لاستخدامهم الشخصي، ولكنني لا أثق في موقع أو منتج لا يستخدمه أصحابه، فمن أنشأ الفكرة لا بد من أن يقف ورائها حتى يعطي تلك الفكرة المصداقية التي تحتاجها للنجاح والانتشار بين الناس، وهو ما يعرف بالعاطفة أي الإيمان بنجاح الفكرة أو الغرض من إنشاء هذا الموقع حتى لو لم يؤمن به الآخرون.

والعاطفة ضرورية لنجاح الفكرة الرئيسية، والمهم هنا هو إيمان أصحاب الموقع أو الصفحة بنجاح صفحتهم وقدرتها على جذب الجمهور الإلكتروني إليها، و لكي يتحقق ذلك لا بد من استخدامها الدائم من قبلهم، ولا بد أن تتواصل إدارة الموقع أو الصفحة أو المنتدى مع رواد تلك المواقع، فتشجيع الحوار وإثرائه من قبل إدارة الموقع، مع سرعة الاستجابة إلى شكاوي واقتراحات الرواد، بالإضافة إلى الحملات

الترويجية والتسويقية عبر أدوات التواصل الاجتماعي وإعلامه المتعددة، كفيل بإشعال الحماس والإقبال على الموقع، وكفيل لنقل عدوى العاطفة حول نجاح الموقع أو الصفحة للملايين من المتصفحين المقبلين على الموقع، لينشروها بدورهم إلى أصدقائهم ومعارفهم.

الاستمرارية والديمومة Continuity and sustainability:

إن أهم عامل من عوامل المحافظة على بقاء الموقع واستمرارية الإقبال عليه، هو محتوى ذلك الموقع وأصالة وحداثة فكرته المبني عليها، فكلما كان محتوى الموقع حديثاً ذا أهمية جاذبة للمجتمع الإلكتروني الذي يخاطبه، كلما زاد الإقبال عليه وتناقلته ألسن الناس الافتراضية عبر فضاء الإنترنت الواسع، فبقاء الموقع أو الصفحة جذابة على مدى أشهر فسنوات فعقود، هو أمر بغاية الصعوبة، ولا يتحقق إلا إذا أخذت إدارة الموقع بالقواعد الذهبية التي ذكرناها بالإضافة إلى التخطيط السليم فالتنفيذ الجاد والتحديث المستمر لكافة مراحل حياة الموقع الإلكتروني، وقد تأتي فترة يستلزم إغلاق الموقع وإعادة تصميمه حول الفكرة الرئيسية نفسها، أو حتى إقامة التطوير حول فكرة جديدة كلية تكون امتداداً للفكرة السابقة ولكنها أحدث وتلقى قبولاً لدى جمهور إلكتروني يطلب التجدد دوماً.

الموازنة بين العالم الفعلي والافتراضي Balance:

الناس حيارى ما بين عالمين في تواصلهم، فإما أن تجد من يقضي جل وقته في تطوير علاقاته وأعماله في العالم الفعلي وبطرق تقليدية نوعاً ما، أو تجد من يدمن التواصل والتفاعل مع الآخر عبر الإنترنت ومواقع التواصل، فلا يستطيع التوقف لساعات عن العمل عبر الفضاء الإلكتروني، فهو غارق في سبر العالم الافتراضي ولا يعلم عن العالم الفعلي ومهاراته للتواصل شيئاً، وكلاهما ظالم لنفسه.

فالكيس من استطاع أن يوازن مابين العالم الفعلي والافتراضي، فمن يعمل

ويتواصل مع الغير بالطريقة التقليدية، لا بد أن ينضم لقطار التغيير، ويستخدم مواقع التواصل الاجتماعي وأدواتها ليزيد من انتشاره على الإنترنت بين الناس، ومن أدمن البقاء مختفياً وراء شاشة الحاسوب معزولاً بعمله وتفاعله الإلكتروني عن عالم الواقع، لا بد من أن يرتاح ويخرج إلى العالم الحقيقي ويتفاعل مع الناس مباشرة حتى يكون أقرب لهم في قضاياهم اليومية عندما يتحاور ويتفاعل معهم على الإنترنت، فخير الأمور الوسط، وخير التفاعل هو ذلك المتوازن بين الحقيقي والافتراضي.

الاستعانة بالغير:

لا عيب في الاستعانة بخبرة وآراء الآخرين في تطوير وتصميم المواقع والصفحات الخاصة بالتواصل، فمهما بلغت خبرة الفرد في ذلك المجال لا بد أن يكون هنالك من هو أعلم وأكثر خبرة منك، أو من هو أخبر منك في جزئية معينة لم تبلغها بعد، ولذلك يجب على المرء أن يوسع من نطاق شبكته المكونة من الخبراء في هذا المجال عبر مواقع متخصصة لذلك مثل اللينكد إن والاستعانة بخبرة المحلليل والمبرجين ورجال الأعمال الخبراء في هذا المجال من خلال التواصل معهم وسؤالهم عبر الشبكة، والاستعانة بخبرتهم هذه لحل المشاكل المستعصية والتي عادة ما تواجهها المواقع ضمن مراحل التطوير والتحديث المتعددة، فالحصول على صديق ذو خبرة والتواصل معه من أجل الاستعانة والاستفادة من هذه الخبرة لا يضير، بل سيؤدي إلى تراكم خبرتك الشخصية وبالتالي إفادة الآخرين ممن سيؤتون من بعدك ليسألوك بدورهم.

اللامركزية:

إن من أهم مميزات مواقع التواصل الاجتماعي التي ذكرناها، تمتعها بصفة اللامركزية، سواء كان ذلك في تحميل المعلومات على الموقع، أو إدارة الموقع وأقسامه

المتعددة، أو خدمة الزبائن والرد على اقتراحاتهم وشكاويهم، حيث إنه من الأفضل الاستفادة من ميزة اللامركزية وذلك من خلال تفويض بعد الصلاحيات الخاصة بإدارة الموقع لقلة من المستخدمين الراغبين والثقات والذين يقع على عاتقهم تفعيل المستخدمين ومراقبة عمليات التحميل على الموقع أو المنتدى ضمن أقسامهم، أو الرد على تعليقات المستخدمين والتواصل معهم وهكذا، كما هو الحال في ويكابيديا والتي تستخدم شبكة من مسؤولي ومراقبي الأقسام لإدارة الموقع بشكل عام، بينما تتفرغ الإدارة المنشِئَة للموقع إلى عمليات التخطيط والتحديث والتطوير والتمويل المستمرة.

وهنالك أسلوب آخر لتفويض الصلاحيات، وهو فتح المساهمة للعامة وبقيود قليلة، كما هو الحال مع المنتديات والبوابات الإخبارية والمجتمعات الإلكترونية وغيرها، ويفضل الدمج ما بين الأسلوبين عوضاً عن الاعتماد على الأسلوب التقليدي في إدارة المواقع، وهو الاعتماد على فريق الإنشاء والتطوير فقط لمراقبة وتحميل المحتوى، وبذلك تستطيع إدارة الموقع أن تتفرغ لمهام التطوير والتحديث والتخطيط لمستقبل الموقع أو الصفحة، وكذلك تخفض من تكاليف الموقع بشكل كبير فيما لو احتاجت لتعيين أشخاص متخصصين للرد على تعليقات المستخدمين أو مراقبة عمليات تحميل المعلومات على المنتدى بشكل مستمر.

كما أن تفويض الصلاحيات وهيكلة الإدارة اللامركزية والأفقية هو من أهم الأسباب التي تؤدي إلى زيادة انتشار الموقع أو الصفحة كما أنها توسع قاعدة العمليات لتشمل دولاً عديدة، بدلاً من بقائها حبيسة لحدودها المحلية، فمن يخول بالرد على التعليقات قد يكون في أي مكان بالعالم وفي أي وقت، فقد تكون إدارة الموقع نائمة في الليل في بلد ما، بينما مسؤولي الأقسام يعملون في وضح النهار في بلد آخر، وهكذا يبقى الموقع يعمل طيلة أيام السنة وعلى مدار الساعة، مما يعمل على توفير خدمة ممتازة لرواد الموقع أو الصفحة، وبأقل تكلفة ممكنة.

كما أن تفويض الصلاحيات ولا مركزية الإدارة هي أحد الأسباب التي عملت على إنجاح الحراك السياسي عبر مواقع التواصل، فالجميع مسؤول عن الحملة السياسية والإعلانية، وهو السبب الرئيسي في عدم استطاعة النظم القمعية في حركات الربيع العربي من قطع رأس الفتنة الإلكترونية، فلا يوجد رأس واحد لقطعه، بل ملايين الرؤوس التي أينع قطافها، ولكن لا سبيل لقطافها.

الاهتمام بالاقتراحات والشكاوي:

لا شك أن التعليقات التي يضعها رواد مواقع التواصل الاجتماعي سواء كانت من خلال مربع التعليقات أو بواسطة البريد الإلكتروني، أو من خلال النماذج المباشرة على الموقع، أو حتى من خلال كتابة التعليق مباشرة على حائط صفحة الفيس بوك، كل تلك الوسائل قد تحتوي على تعليقات مشكلة إما اقتراحات لتحسين الموقع أم الخدمة، أو قد تحتوي على شكاوى على أسلوب العرض أو المنتج والخدمة المقدمة عبر الموقع أو حتى على شخص إدارة الموقع بعينها وهو ما يعرف بالتغذية الراجعة "Feedback ".

وفي الحقيقة يفضل العديد من إدارات المواقع خاصة في وطننا العربي تجنب وضع التعليقات التي تحتوي على شكاوى وانتقادات، ويعمدون لإبقاء تلك الإيجابية منها فقط، وذلك لمفهوم خاطئ وفي محاولة بائسة لإخفاء الحقيقية، ولكن الأصل أن تستغل تلك الشكاوى من قبل إدارة الموقع في تحسينه، وذلك من خلال تخصيص موظف أو فرد مسؤول عن إجابة التساؤلات والشكاوي أولاً بأول، خاصة تلك الموضوعة على صفحات مواقع التواصل الاجتماعي، ومعالجتها من خلال معالجة أسباب الشكوى في الأصل.

فالاقتراحات والشكاوى تعتبر منجم معلومات ثمين يدل إدارة الموقع على ما يحتاجه روادها، وما هي السبيل الأفضل للمحافظة عليهم، ولجذب غيرهم أيضاً للموقع، فمنها تستخلص الدروس والعبر، وتوضع مراحل التخطيط القادمة وفق ما

شملته من معلومات ثمينة، ولذلك تولي الشركات والمؤسسات والحكومات الغربية أكبر اهتمام للتعليقات المبثوثة من قبل المستخدمين على صفحات التواصل، بل هنالك العديد من مدراء كبرى تلك الشركات أو المؤسسات، يقومون بالرد على تعليقات العملاء مباشرة وذلك لعلمهم بخطورة تجاهل تلك التعليقات وضرورة مخاطبة الجمهور الإلكتروني بشكل شخصي ومباشر، فقد أثبتت الدراسات أن أكثر من ثلثي رواد مواقع التواصل يرون في تواصل الإدارة معهم مباشرة والرد على تعليقاتهم دافعاً لهم للقدوم مجدداً لتلك الصفحة أو لذلك الموقع، ويزيد ثقتهم في المنتج أو الخدمة المقدمة عبره، وهو دليل على ضرورة تبني المواقع العربية لهذه الاستراتجية التي أثبتت فائدتها، عوضاً عن التخفي وراء جدر التجاهل المتساقطة.

الاهتمام بإحصائيات الموقع:

تعتبر إحصائيات الموقع من أهم أدوات الإدارة (إلى جانب التغذية الراجعة المباشرة) حتى تتمكن الإدارة والقائمون عليها من دراسة طباع وتصرفات رواد الموقع أو الصفحة، وذلك من خلال دراسة التقارير والإحصائيات المتوفرة عن تحركاتهم داخل الموقع، حيث توفر برامج متخصصة في إحصائيات المواقع مثل برنامج جوجل انالاتكس" Google analytics "، وهو برنامج متخصص في إظهار أرقام وإحصاءات خاصة بتحركات رواد الموقع مباشرة، وبمجرد تسجيل اسم الموقع وربطه مع هذا البرنامج عند الإنشاء، تتمكن إدارته من الولوج لتلك الأرقام، والحصول على إحصائيات مفصلة مع رسوم بيانية توضح طبيعة تلك التحركات داخل الموقع، ومن أين تأتي هذه الحركة، أي من أي دول يستقطب الموقع رواده، وبالتالي بناء التقارير ودراستها ومن ثم الخروج بقرار التطوير والتحديث بما يتناسب مع تلك الأرقام، وهذه الخدمة متوفرة مجاناً من خلال هذا البرنامج ومن خلال الإحصائيات التي تقدمها مواقع التواصل مجاناً مع إنشاء مدونتك كما هو الحال مع موقع بلوج بوست"Blog Post "، ولكن على درجة أقل من الدقة

والتفصيل، وإذا أرادت الإدارة تفصيلات دقيقة وخاصة بموقعها، فتستطيع تصميم برنامج تحليلي مع الموقع خاص بها.

وأهمية مثل هذه البرامج تكمن في توفيرها معلومات دقيقة ومباشرة للإدارة عن طبيعة تحركات رواد الموقع ومصدرها، ومنه تستنتج الإدارة الطريقة التي يفكر بها جمهور الموقع، وتستطيع أن تجيب عن أسئلة مثل: كم عدد زوار الموقع في اللحظة، الساعة، اليوم، الشهر، والسنة، من أي البلدان يأتي رواد الموقع، ما هي اللغات التي يتحدثون بها، ما هي أهم القضايا التي تثير اهتمامهم، هل موقعنا يقدم محتوى يغطي تلك القضايا، وهل المحتوى يحدث أولاً بأول، ماذا يفضلون متابعته أو قراءته داخل الموقع، على أية أقسام أو إعلانات يضغطون ويتابعون أكثر، ماذا يشترون، هل من الممكن اقتراح منتجات تناسب أذواقهم اعتماداً على ما اشتروه من موقعنا، كم من الوقت يقضونه في تصفح الموقع، ما هي الفئات العمرية التي تزور الموقع اعتمادا على بيانات التسجيل، وهل من الممكن تزويدهم بحملات إعلانية عبر البريد الإلكتروني، وما أكثر أدوات التواصل الاجتماعي استخداماً من قبل رواد الموقع داخله؟، وغيرها من معلومات قيمة تدفع مقابلها شركات التسويق العالمية المئات والآلاف للحصول عليها في العالم الإلكتروني.

وتستخدم الإدارة هذه الإحصائيات لتطوير خطط تصميم الموقع وتحديث محتواه وفقاً لهذه الأرقام، فمثلاً: إذا كانت معظم الحركة آتية من بلد معين، فيجب تركيز المحتوى على قضايا وأمور تهم ذلك البلد ويخاطب أهله بلغته، وكذلك الأمر بالنسبة لتركز الحركة على قسم معين أو صفحة معينة داخله، فتستطيع تركيز مجهود التصميم والتحديث على ذلك القسم، أو عندما تحتوي المعلومات على تفصيلات لعمر وفئات المتصفحين والتي يمكن الحصول عليها عند التسجيل بالموقع أو المنتدى، وهنا يمكن استخراج التقارير التي من خلالها يمكن تحديد استراتيجية التسويق الأمثل لهؤلاء المتصفحين، وتحديد المنتجات أو الخدمات المناسبة لأذواقهم وثقافتهم وعاداتهم، هذا لو أن الموقع تجاري أو خدماتي أو إعلامي

وسواء كان حكومياً أم خاصاً.

أما بالنسبة لمواقع ومنتديات الحراك السياسي فهذه الإحصائيات تعطي انطباعاً دقيقاً عن نوع الرسالة المناسبة لمخاطبة جمهور الناخبين المتصفحين للموقع، وما هي أهم القضايا المحلية والإقليمية التي تثير اهتمامهم، وبناء عليها يتم تصميم محتوى الموقع وتحديث نوعية الخطاب السياسي الموجه لهم.

كما أن تلك الأرقام والإحصائيات تهم المستثمرين الراغبين في الاستثمار في الموقع وخدماته، أو للجهات المانحة في حالة كون الموقع لخدمة المجتمع أو سياسي، لأنها تعطي مؤشراً صادقاً عن عدد زوار الموقع وطبيعتهم، وبالتالي يمكن اتخاذ قرار استثماري عن يقين.

الاهتمام بالنساء خاصة:

من أعجب ما اكتشف من معلومات ناجمة عن دراسات وأبحاث غربية وعربية عن رواد مواقع التواصل وطباعهم، أن غالبية مستخدمي مواقع التواصل وأكثرهم بقاء عليه هم من الجنس الناعم اللطيف، فبنات حواء هن من أشد فئات المتصفحين استخداماً لمختلف أدوات ومواقع التواصل الاجتماعي المتعددة، ومن أكثر الفئات تحمساً للشراء وتبادل الخدمات والصور والرسائل عبرها.

وقد تبين من أرقام دراسات متعددة أن النساء يشكلن النسبة الأكبر من مستخدمي مواقع التواصل والتي تتراوح باختلاف البلد وعينة الدراسة ونوع الموقع(الغالبية قام بقياس عينة رواد موقع فيس بوك) ، حيث تراوحت نسبة المستخدمات لمواقع التواصل بين ٥٢٪ إلى ٦١٪ بحسب الدراسة، كذلك تبين أن ٧٥٪ من المشترين عبر الإنترنت هم من النساء، وأن أنشط رواد مواقع التواصل وأكثرهم فاعلية هم من النساء أيضاً.

وبينما تعزي بعض الدارسات السبب في ذلك لعوامل تعتمد على طبيعة النساء

المحبة للتواصل أكثر من الرجال، وكذلك لطول وقت الفراغ المتاح خاصة عند ربات البيوت في الدول النامية بالذات ومنها العربية، ولكن لا يزال الموضوع بحاجة لإثبات ودراسة مستفيضة أكثر، قبل إطلاق حكم نهائي على الموضوع، والمهم هنا هو أن النساء بطبيعتهن وثقافتهن و علمهن، يشكلن غالبية رواد مواقع التواصل العربية والغربية، ولذلك يجب التركيز على هذه الفئة المؤثرة في المجتمع الإلكتروني، ويجب أخذ هذه الأرقام بعين الاعتبار عند تصميم وإنشاء المواقع وتحديثها، وذلك لضمان أوسع انتشار وجذب أكبر جمهور ممكن للموقع أو الصفحة، وبالتالي ضمان النجاح.

اعرف متى تتوقف Know When To Quit:

هذا القول الغربي ينطبق على عالم مواقع التواصل الافتراضي أيضاً، فالعديد من المواقع وإداراتها لا تعرف متى تتوقف عن العمل وتنهي حياة الموقع والانتقال إما لتصميم جديد، أو التوقف نهائياً وإنشاء موقع مختلف تماماً ذي رسالة متجددة، وهو أمر طبيعي في دورة حياة الموقع، فبعد أن تتخطى مرحلة الهوة والانتقال لمرحلة الانتشار، تأتي أخيراً مرحلة انضمام المترددين والمشككين والتي يقل فيها الاهتمام بالتقنية أو الموقع، ويفقد فيها بهجته التي كانت جاذبة له، لينتهي بعدها الاهتمام بالموقع وانتقال رواده ومستخدميه لتقنية جديدة أو موقع جديد جاذب (كما حدث مع ماي سبيس عندما أطلق الفيس بوك).

لذلك من الأفضل أن تستعد إدارة الموقع لهذه المرحلة وذلك من خلال القيام بالمراجعة الدورية لأداء الموقع بناء على الإحصائيات، ومن ثم قياس ذلك الأداء بالأهداف التي وضعت للموقع، وهل تحققت أم لا، وإذا كانت النتائج سلبية والأرقام تدل على ضعف اهتمام المتصفحين بالموقع، عندها يتم اتخاذ القرار إما بوقف الموقع أو الصفحة مؤقتاً والعمل على تحديث التصميم وتعديل المحتوى ليلائم طبائع الجمهور الجديد، أو التوقف نهائياً وإغلاق الموقع عن العمل والبدء

بإنشاء موقع جديد بفكرة جديدة تناسب العصر، وإلا فإن النتيجة استمرار عمل الموقع لسنوات وسنوات دون وجود جمهور حقيقي له، وبالتالي تراجع أدائه حتى يصبح طي النسيان، لذلك من المهم جداً أن يعرف المرء متى يتوقف، والأفضل أن تتوقف وتنتقل للتحديث وأنت في المقدمة، حتى يبقى جمهور الموقع مجذوباً للمحتوى والتصميم، وبالتالي يبقى الموقع حديث الناس ومصب اهتمامهم.

لا تقف عكس التيار:

هذه القاعدة خاصة ببعض الجهات الحكومية والرسمية العربية القائمة على شؤون الاتصالات والتقنيات الخاصة بالإنترنت وخدماته، وكذلك الجهات المسؤولة عن مراقبة النشر والإعلام عبر الإنترنت، فبعض المسؤولين والجهات الأمنية والرسمية العاكفة ليل نهار في دول العربية، قد يقومون بتصرفات واتخاذ قرارات يتصورون أنهم يستطيعون من خلالها تأخير التطور الحاصل في عقلية الشعوب العربية، وذلك بوضع القيود على حريات التعبير عبر مواقع التواصل وإنشاء المواقع ذات الطابع السياسي أو الإصلاحي، ولكن كما ثبت من ربيع الشعوب العربية، أنه من سابع المستحيلات وضع عصا القمع والتخلف في طريق عجلة التطور لإيقافها عن سيرها الطبيعي.

والسبب كما تحدثنا في عجز السلطات عن ضبط الحراك على مواقع التواصل يعود إلى لا مركزية ذلك التواصل، والزخم الذي نجح في تجميع الملايين وراء ذلك الحراك، لذلك من الأفضل أن تستوعب الحكومات العربية والغربية على حد سواء، أنها لا تستطيع إيقاف التطور الذي حصل لعقلية وثقافة وأسلوب حياة مئات الملايين من البشر عقب انتشار مواقع التواصل الاجتماعي، ولا أن تعيد عجلة الزمن للوراء، إلى زمن منع الاستماع إلى محطات الراديو المعادية الغربية، واعتقال من يقرأ جرائد وكتب ممنوعة من النشر والتوزيع، والتشويش على المحطات التلفاز التي تخالف وجهة النظر الرسمية، وغيرها من ممارسات قمع لحرية الرأي والتعبير.

فذلك الزمن الجميل بنظر الحكومات، والرديء بنظر الشعوب، قد ولى بلا رجعة، غير مأسوف عليه، فاليوم تغيرت قواعد اللعبة، فصار للجميع رأي يمكنه نشره خلال لحظات إلى العالم أجمع عبر مواقع التواصل وأدواتها، ولم يعد من الممكن قطع قنوات التواصل والاتصال، لأنه كما ثبت من دروس الربيع العربي، أن الشعوب دوماً تجد وسيلة لإيصال الحقيقة للعالم، فتصور الأفلام عبر الموبايل وترسلها عبر الحدود لبلد لا تتقطع فيه خطوط الاتصال والإنترنت، لتحمل تلك الأفلام على اليوتيوب ويشاهدها العالم بصحافته ومسؤوليه وشعوبه، وبالتالي فإن ما كان يمكن فعله من ممارسات قمعية من قبل السلطات لا يدري بها أحد، فتدك المدن وتبيد القرى بأهلها وناسها وحيواناتها، قد انتهى، وأصبح أي فرد يقتل، تبث قتلته على الهواء مباشرة، ليعلم بها العالم قبل أهله، وكل ذلك بسبب خصائص ومميزات مواقع التواصل وأدواتها، والتي غيرت العديد من المفاهيم والمسلمات إلى الأبد، فقوة تيار التغيير الحاصل بفضل الشبكات الاجتماعية لا يمكن أن تقف أمامه قوارب الحكومات المتهالكة، والأفضل هو السباحة مع تيارها عوضاً عن مقاومة عقيمة.

فالأفضل في هذه الحالة، للحكومات العربية والقائمين عليها، أن تتماشى مع هذه المفاهيم الجديدة والتي أصبحت جزءاً لا يتجزأ من حياة الناس، وأن تدعم هذه الظاهرة من خلال:

١-دعم البنية التحتية الخاصة بالإنترنت وتقنياته، ودعم قطاع الاتصالات والشركات العاملة في مجال تقنيات التواصل ومواقعها، سواء كان ذلك الدعم حكومياً أو مقدماً من القطاع الخاص أو الجهات المانحة، بالإضافة لتخفيض أسعار الإنترنت وخدمات التحميل المقدمة.

٢-تعديل القوانين الخاصة بحرية النشر والإعلام والصحافة وغيرها، وذلك لإزالة العقبات أمام حرية التعبير من خلال مواقع التواصل، وإزالة أي عقوبات

ترفع بحق من يعبرون عن رأيهم بحرية عبرها، بخلاف التشهير ونشر الأخبار الكاذبة طبعاً.

٣-إنشاء مواقع للتواصل مع المواطنين، تتيح للجهات الرسمية والمسؤولين القائمين عليها، من التواصل مباشرة مع الشعب، والاستماع لرأيهم ومقترحاتهم وشكاويهم، وكذلك تزويدهم بالمعلومات والنشرات الإخبارية الصادقة مباشرة، وبهذا تتأسس علاقة شخصية وحميمة بين الحكومات وشعوبها، بحيث تشعر من خلالها الشعوب أن حكامها متواضعين وصادقين معهم، وبهذا تتحقق مفاهيم كالحوكمة والشفافية بأصدق وأنبل صورها.

٤-الاستعانة بخبراء تقنيات التواصل ومواقعها، وكذلك مختصي الحكومة الإلكترونية، وذلك لتطوير مواقع توفير الخدمات الإلكترونية للمواطنين، ولإعادة هيكلة المؤسسات الحكومية التقليدية، وتهيئة كوادرها لعصر العمل على الإنترنت والتواصل مع المواطنين عبره.

٥-عقد مؤتمرات للتعاون في مجال التواصل والإعلام الاجتماعي وفي مختلف المجالات، وذلك بين الحكومات والقائمين عليها وبين خبراء الاتصالات والتواصل الإلكتروني، وبين الحكومات فيما بينها، وعلى أعلى الأصعدة، وذلك لأهمية الموضوع وحساسيته.

٦-عقد القمم الإقليمية والدولية، لتناول الموضوعات القانونية الدولية أو الأحكام الفقهية العالقة بخصوص العديد من قضايا مواقع التواصل وتقنيات الشبكات الاجتماعية، والخروج بحلول مناسبة لهذه القضايا العالقة، عبر التعاون الإقليمي والدولي.

وبهذا فقط تستطيع الحكومات العربية أن تتماشى مع تيار التغيير الصاعد، وأن تضمن بقاءها لخدمة مجتمعاتها الفعلية والإلكترونية، فالتواصل مع الشعوب خير من قمعها، ومن لا يسبح مع تيار التغيير ويقرر الوقوف عكسه، فإن قوة

الشعوب الراغبة بالحرية والإصلاح كفيلة لإغراقه، وما بدرس تونس ومصر وليبيا عليهم اليوم ببعيد.

جدول القواعد الذهبية لكيفية استغلال ثورة الشبكات الاجتماعية

لقد أتينا سريعاً في خضم هذا الفصل من الكتاب، على ذكر القواعد الذهبية العامة، والتي يستطيع من خلالها من يرغب أن يدخل عالم التواصل الاجتماعي زرافاتٍ ووحداناً، من القطاع الخاص أو العام، وأن يستغلوا عبرها القوة الكامنة في الشبكات الاجتماعية وأدواتها أي استغلال.

مع التذكير أن الأهم من اتباع القواعد هو الإيمان بما تفعله أو تحاول إنشاءه عبر هذه المواقع، والإيمان بأن ما تفعله سيأتي بثمره مستقبلاً، حتى وإن لم ير الناس إبداعك كما أنت تتصوره، وأن تستخدم هذه القواعد كبوصلة تهتدي بها أثناء السير في خلاء الفضاء الرقمي، لكي لا تحيد عن الطريق وتصبح ضحية للتيه في قفار الفشل.

ولقد ارتأيت أن أضع هذه القواعد الذهبية ضمن جدول سهل الاحتفاظ والمراجعة، لكي يسهل أيضاً الرجوع له في أي مرحلة من مراحل تصميم مواقع التواصل وتحديثها، حيث يفصل الجدول القاعدة التي سبق شرحها بالتفصيل في القسم السابق من هذا الفصل، ومختصر القاعدة، ولمن هي موجهة، أو المجال المفضل استخدامها فيه، لتحقيق الاستخدام الأمثل لها، بما يحقق الفائدة القصوى لمصلحة الفرد والجماعة، وهذا الجدول هو كالآتي:

القاعدة الذهبية	مختصرها	مجال التواصل
لا تخف	عدم الخوف من آراء الآخرين عند إنشاء موقع التواصل	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
الحقائق	اجمع الحقائق والمعلومات الكافية حول طبيعة الموقع أو الصفحة التي تريد أن تساهم بها	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
الرؤية	تحديد رؤية الموقع وإدارته عند	اجتماعي، اقتصادي، ديني،

	التخطيط لإنشائه	ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
التواصل	التركيز على الهدف من إنشاء الموقع ألا وهو التواصل مع الآخرين	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
قضية محورية	يجب أن تتمركز محاور موقع التواصل حول قضية محورية جاذبة	اجتماعي، إعلامي، سياسي
صديق للمستخدم	جعل تصميم الموقع سهلاً للمستخدم	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
الترابط	ربط الموقع بمختلف مواقع وأدوات التواصل الاجتماعي.	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
المحتوى	جعل محتوى الموقع نبيلاً وحديثاً و جذاباً للمتصفحين	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
الإثراء	إعطاء معنى للمحتوى الخاص بالموقع بحيث يصبح ذا معنى معبر ومؤثر	اجتماعي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
التفاعل	تصميم الموقع حول مفهوم التواصل الاجتماعي الفعال، ثنائي الاتجاه	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
التواصل الشخصي	جعل رسالة الموقع ذا طابع شخصي ولغته قريبة من الجمهور المستهدف	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
الصدق	صدق محتوى الموقع والرسالة التي يراد إيصالها للمتصفحين	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي

الأهم في مجال ضيق	إبراز الموقع في مجال معين ومحدد على أنه الأفضل فيه	اجتماعي، اقتصادي، إعلامي، سياسي
الانطلاق بقوة	لا بد من إطلاق الموقع بقوة وجذب الانتباه له في البداية	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
جذب الانتباه	العمل على جذب انتباه المتصفحون للموقع	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
الإعلام الجديد	استخدام كافة أدوات الإعلام الاجتماعي للترويج للموقع	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
التركيز	التركيز على الغرض الحقيقي من وراء إنشاء الموقع باستخدام المراجعة الدورية لأدائه	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
الإصرار، وقوة الإرادة	الإصرار على إنشاء وإشهار الموقع	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
العاطفة	استخدام الموقع من قبل منشئيه والإيمان بأهميته	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
الاستمرارية	المحافظة على بقاء الموقع واستمرارية الإقبال عليه	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
الموازنة	الموازنة مابين العمل عبر العالم الفعلي والافتراضي	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
الاستعانة بالغير	الاستعانة بخبرة وآراء الآخرين في تطوير وتصميم المواقع	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
اللامركزية	تفويض الصلاحيات وهيكلة إدارة الموقع لتصبح لامركزية	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
الاهتمام بالاقتراحات والشكاوي	الاهتمام ،والرد على الاقتراحات والشكاوي الخاصة بالمتصفحين	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي

الاهتمام بإحصائيات الموقع	دراسة التقارير والإحصائيات المتوفرة عن متصفحي الموقع	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي، حكومي
اعرف متى تتوقف	معرفة الوقت المناسب لتحديث الموقع أو إنهاء عمله	اجتماعي، اقتصادي، ديني، ثقافي، إعلامي، سياسي
لا تقف عكس التيار	عدم عرقلة تطور مسيرة مواقع التواصل الاجتماعي	إعلامي، سياسي، حكومي

لقد أصبح جلياً لدى القارئ الآن، أهمية الشبكات الاجتماعية ومواقع التواصل الاجتماعي اليوم، سواء كانت منشأة لأغراض اجتماعية بهدف التسلية والتواصل العائلي، أو اقتصادية بهدف بيع المنتجات أو الخدمات والترويج لها، أو فكرية وعقائدية بهدف الدعوة للدين أو الثقافة، أو إعلامية بهدف نشر الأخبار والمعلومات والتقارير الصحفية وإيصال الآراء والأفكار لأوسع شريحة ممكنة، أو سياسية رسمية أم خاصة بهدف الحراك السياسي والنشاط الحزبي الانتخابي أو لمجرد تقديم الخدمات الحكومية عبرها، بالإضافة للعديد من الاستخدامات المتعددة، مما جعل مواقع التواصل الاجتماعي بالإضافة لأدوات الإعلام الاجتماعي، جزءاً لا يتجزأ من حياة الشعوب في القرن الواحد والعشرين.

ومستقبل الشبكات الاجتماعية باهر وساطع خاصة في العالم الغربي، وذلك لتسارع تطور تقنيات الاتصال والتواصل، ومضاعفة الابتكار في هذا المجال، وظهور برامج ومنتجات ومواقع جديدة للتواصل سواء عبر الحاسوب والإنترنت أو عبر الموبايل والهواتف الذكية وغيرها، والمتوقع انتشار التواصل من خلال هذه المواقع وأدواتها، ليشترك فيها من لم يشترك بعد، ولينتقل عدد مستخدمي هذه المواقع من مئات الملايين إلى مليارات، وبالتالي سيزداد التواصل والتفاعل والاتجار والانتخاب عبرها.

بل يتوقع بعض الخبراء المتحمسين لهذه التقنية، أنه مع انتشار ثقافة التواصل الإلكتروني والإقبال على التفاعل مع الآخر عبر أدواتها، فإن أسلوب الحياة اليومية من عمل وتجارة ودراسة ونشاط ديني وسياسي سينتقل رويداً رويداً من العالم الفعلي إلى الافتراضي، بحيث يصبح الجميع يتواصلون ويتعايشون جل حياتهم عبر الفضاء الإلكتروني والتفاعل من خلال شخصيات افتراضية تسمى أفاتارز "AVATARS" تعيش في مدن ومجتمعات إلكترونية، بحيث يتم الذهاب إلى المدرسة

والجلوس في فصول افتراضية لا تستدعي وجود الطالب والأستاذ بالفصل نفسه، أو العمل في مكاتب داخل بنايات افتراضية أيضاً في هذه المدن، وتبادل السلع والخدمات بين الشخصيات الافتراضية، والذهاب للانتخاب في مراكز اقتراع افتراضية، وعقد الجلسات في برلمانات ومؤسسات حكومية افتراضية، وهكذا.

وإن كان تصور مثل هذا المستقبل ضرباً من الخيال، فهنالك موقع يوفر خيار الحياة عبر عالم إلكتروني وذلك بالتواصل عبر افتراضية، يسمى هذا الموقع الحياة الثانية أو" Second Life "، وهو وإن ابتدأ كموقع للتسلية والترفيه واللعب، إلا أن تطوير هذا الموقع وغيره من المجتمعات الإلكترونية، ليشمل جميع نواحي الحياة، هو أمر ليس مستبعد خاصة مع التقدم الهائل الحاصل في تقنيات الحاسوب والاتصال عبر الإنترنت، ويصبح الخيال بذلك واقعاً، والواقع خيالاً افتراضياً.

لكن واقع التواصل الاجتماعي في وطننا العربي ما يزال بعيداً عن تلك التوقعات، فنحن بحاجة لسنوات على صعيد البنى التحتية و التقنيات الداعمة والتدريب اللازم لانتشار ثقافة التواصل عبر الشبكات الاجتماعية وأدواتها، كذلك بحاجة لدعم التجارة الإلكترونية وتهيئة البيئة المناسبة الدراسة و العمل عبر الإنترنت، كما أن العديد من القوانين الخاصة بالتواصل والإعلام والعمل والتجارة والنشاط السياسي عبر الإنترنت بحاجة إلى دراسة وتعديل.

والأكيد اليوم هو زيادة الإقبال على هذه المواقع من قبل الملايين من أبناء العرب والمسلمين، خاصة بعدما تبين دورها الفعال في إحقاق الحرية والعدالة والتغيير والإصلاح الديمقراطي والاقتصادي والاجتماعي لشعوب المنطقة عقب أحداث الربيع العربي، ولذلك ستصبح مواقع التواصل أداة رئيسية من أدوات الشعوب والحكومات على حد سواء للتواصل والتفاعل مع بعضها البعض، ومن لا يزال ينتظر في محطة انطلاق قطار التغيير والانضمام لقافلة التواصل الاجتماعي معارضاً أو معتقداً أن هذه الظاهرة في طريقها للزوال بعد حين، فإنه خاطئ،

وسينتظر كثيراً، ليفوته ركوب القطار.

أما من استدرك من أفراد وحكومات أهمية الشبكات الاجتماعية، وقرر البدء بالعمل الجاد للالتحاق بقطار التغيير والتحديث، وعزم على دخول عصر التواصل الاجتماعي من أوسع أبوابه، فسيستفيد من القوة الهائلة لهذه التقنية أيما استفادة، وسيؤدي ذلك لازدهار المجتمعات العربية وإيجاد حلول حقيقية لمشاكلها المتعددة، ولتصبح أوطاننا في خضم الدول المتقدمة في هذا المجال على أقل تقدير، خاصة وأن المطلوب إرادة وعلم بها والقليل من الدعم المادي والمعنوي، ليصبح الحلم حقيقة وليس ذلك ببعيد عن الشباب العربي كما أثبته بجدارة عبر إنجازاته في هذا المجال حتى اللحظة، والمستقبل سيحمل في طياته غداً مشرقاً بكل تأكيد لمجتمعات الشبكات الاجتماعية العربية.

قائمة المراجع

أولا: المراجع العربية :

الكتب:

١- ابن خلدون، الباب الأول: في العمران البشري على الجملة وأصنافه وقسطه من الأرض ، مقدمة ابن خلدون، ١٣٧٧م.

٢- الدعاس، عزت، القواعد الفقهية مع الشرح الموجز، الطبعة الثالثة، دار الترمذي، لبنان، ١٩٨٩

٣- السنباطي، عطا، موقف الشريعة الإسلامية من جرائم الحاسب الآلي والإنترنت، دار النهضة العربية، الطبعة الأولى ، ٢٠٠٢.

٤- الصحوة الإسلامية، ضوابط وتوجيهات، للشيخ محمد بن صالح بن عثيمين، دار القاسم – الطبعة الثالثة ، ١٩٩٥ .

٥- العبودي، عباس، التعاقد عن طريق وسائل الاتصال الفوري وحجيتها في الإثبات المدني ، دراسة مقارنة ، مكتبة دار الثقافة والنشر والتوزيع ، عمان ، الأردن، ١٩٩٧ .

٦- المقدادي، خالد، عالم الفقراء الجدد، دار النفائس، الأردن، ٢٠١١.

٧- شاويش، وليد، السياسة النقدية بين الفقه الإسلامي والاقتصاد الوضعي، المعهد العالمي للفكر الإسلامي، الولايات المتحدة الأمريكية، ٢٠١١.

٨- موسوي، موسى، وانتصار عبد الرزاق وصفد الساموك، الإعلام الجديد، سلسلة مكتبة الإعلام والمجتمع، جامعة بغداد، ٢٠١١.

الدراسات والأبحاث:

٩- أحمد، مدثر، شرح كيفية التسجيل في موقع فيس بوك، كلية دراسات الحاسب الآلي، جامعة جوبا، السودان.

١٠- الأسيوطي، حمدي، الحماية القانونية في قضايا النشر الالكتروني، ورقة بحث مقدمة في ورشة عمل "آليات الدعم المتبادل بين الإنترنت وحقوق الإنسان" موقع المبادرة العربية لانترنت حر، ٢١/ ٢/ ٢٠٠٨.

١١- الدليل الإرشادي لاستخدام أدوات التواصل الاجتماعي في الجهات الحكومية لدولة الإمارات العربية المتحدة، حكومة الإمارات الإلكترونية – الإمارات العربية المتحدة، ٢٠١١.

١٢- الرفاغي ،عبد الهادي، ووليد عامر، وسنان ديب، العولمة وبعض الآثار الاجتماعية والاقتصادية الناجمة عنها، مجلة جامعة تشرين للدراسات والبحوث العلمية - سلسلة العلوم الاقتصادية والقانونية المجلد (٢٧)، ٢٠٠٥، العدد (١).
١٣- الزهراني، عدنان، أحكام التجارة الإلكترونية في الفقه الإسلامي، رسالة دكتوراة في الفقه الإسلامي، جامعة أم القرى، السعودية.
١٤- السند، عبد الرحمن، أحكام تقنية المعلومات"الحاسب الآلي وشبكة المعلومات(الإنترنت)"، قسم الفقه المقارن، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، المملكة العربية السعودية، ٢٠٠٣.
١٥- الشمس، توفيق، الحكومة الإلكترونية، برنامج تحليل وتصميم النظم، معهد الإدارة العامة، جامعة الملك فهد للبترول والمعادن، ٢٠٠٤.
١٦- القاضي، باسل، تداول المعلومات عبر الانترنت وأثره في تشكيل الوعي في عصر العولمة، الأكاديمية العربية المفتوحة، الدنمارك، ٢٠٠٧.
١٧- المومني، محمد، واقع ومستقبل الإقتصاديات الإسلامية في ظل العولمة، ايسيسكو، ٢٠٠٦.
١٨- أمداح، أحمد، التجارة الإلكترونية من منظور الفقه الإسلامي، رسالة ماجستير في الفقه وأصوله، كلية العلوم الاجتماعية والإسلامية، جامعة الحاج لخضر - باتنة، الجزائر، ٢٠٠٦.
١٩- إيمان، بخوش، مرزوقي حسام الدين، الويب ٢،٠ الشبكات الاجتماعية والإعلام الجديد، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الليسانس، كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، ، جامعة باجي مختار- عنابة، الجزائر، ٢٠٠٩.
٢٠- بلغرسة، عبد اللطيف، آثار العولمة المالية على المؤسسات المصرفية في إطار التجارة الإلكترونية، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، ٢٠٠٤.
٢١- تقرير الأجندة العالمية، المنتدى الاقتصادي الدولي، جنيف، سويسرا، ٢٠٠٩.
٢٢- خصوصية التعاقد عبر الإنترنت ، د. أسامة أبو الحسن مجاهد ، ضمن أبحاث مؤتمر (القانون والكمبيوتر والإنترنت) كلية الشريعة والقانون ، جامعة الإمارات عام ٢٠٠٠م.
٢٣- دخيل، بنان، ومشاعل البشر، المواقع الاجتماعية وتأثيرها على المجتمع السعودي، البحث كمشروع لمادة اتصال البيانات والشبكات، جامعة الأمير سلطان، كلية البنات ، قسم علوم الحاسب والمعلومات، ٢٠٠٩.
٢٤- روس، ألك، وبن سكوت، الإعلام الاجتماعي السبب والتأثير والاستجابة، مجلة منظمة حلف شمالي الأطلسي (مجلة الناتو)، ٢٠١١.

٢٥- قاسمي اسماعيل، المدونـــات.. فضاء للحريات، رسالة ماجستير، كلية العلوم السياسية والإعـلام، جامعة الجزائر ٢٠٠٧.

الصحف والمجلات:

٢٦- مجلة الاتصالات والعالم الرقمي، دار الخليج، 9/4/2007، العدد ٢٠٦.

المواقع الإلكترونية:

٢٧- http://ar.wikipedia.org

٢٨- http://digital.argaam.com

٢٩- http://ejabat.google.com

٣٠- http://fatayat.alnaddy.com

٣١- http://iefpedia.com

٣٢- http://islamic-fatwa.net

٣٣- http://jolinks.net

٣٤- http://knol.google.com

٣٥- http://www.aljazeera.net

٣٦- http://www.egovconcepts.com

٣٧- http://www.insightsmena.com

٣٨- http://www.islamicfinder.org

٣٩- http://www.israpress.com

٤٠- http://www.libvoice.net

٤١- http://www.maher4ec.com

٤٢- http://www.nationalkuwait.com

٤٣- http://www.qaradawi.net

ثانياً: المراجع الأجنبية:

الكتب:

44- Burney, Jim, Get Viral – Get Visitors, JB-publishing, USA, 2008.

45- Dane and Ellen Sautter, Find a Job Through Social Networking, Crompton, second edition, Just Works, USA, 2011.

46- Geekpreneur, A geek's guide to promoting your self and your online business in 140 character or less with Twitter, New Media entertainment, USA, 2010.
47- Godin, Seth, What Matters Now, Seth's Blog, free E-book, 2010.
48- Hock, Randolph, The Extreme Searcher's Internet Handbook A Guide for the Serious Searcher, Third Edition, Cyber Age Books, USA, 2010.
49- Karjaluoto, Eric, A Primer in Social Media A smashLAB White Paper, USA, 2008.
50- Mayfield, Antony, What is Social Media, IC rossing, 2008.
51- Scott, David, The New Rules of Marketing and PR, John wiley and sons , Canada, 2007.
52- Solove, Daniel J., The Future of Reputation, Yale University Press, London-England, 2007.
53- Wikibooks contributors, Communication Theory, Wikibooks, 2004.

الدراسات والأبحاث:

54- Andrey Korotayev, Julia Zinkina. Egyptian Revolution: A Demographic Structural Analysis. Entelequia. Revista Interdisciplinar 13 (2011): 139-165.
55- Boyd, Danah, and Nicole Ellison, Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship, Journal of Computer-Mediated Communication, University of Indiana , 2007, 13(1), article 11.
56- Birkinshaw, Julian , What happens when social networking collides with the corporate Intranet Blog, London Business School BSR, http://bsr.london.edu, 3/8/2011.
57- Ecommerce reports, New Media Trend Watch World, 4/10/2011.
58- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe CThe benefits of Facebook "friends:" Social capital and college students' use of online social network sites, Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, 12(4), article 1.

59- Korotayev, Andrey, and Julia Zinkina Egyptian Revolution: A Demographic Structural Analysis. Entelequia. Revista Interdisciplinar 13 (2011): 139-165.

60- Lange, P. G., Publicly private and privately public: Social networking on YouTube. Journal of Computer-Mediated Communication, 2007, 13(1), article 18.

61- Pew Research Center's Internet & American Life Project , Social networking sites and our lives, [1] Pew Research Center, Washington, USA, 16/6/2011.

المجلات:

62- IBTimes New York. September 17, 2011.

63- Mitra, Sramana , The Future Of E-Commerce , Forbes.com, 5/1/2009.

المواقع الإلكترونية:

64- http://eHow.com

65- http://en.wikipedia.org /

66- http://ezinearticles.com

67- http://managementhelp.org

68- http://press.linkedin.com/about

69- http://smallbiztechnology.com

70- http://TechCrunch.com

71- http://Worldstart.com

72- http://wsimarketingstrategy.com

73- http://www.chinadaily.com.cn

74- http://www.vendorseek.com

75- http://www.vendorseek.com

الفهرس

الفصل الأول

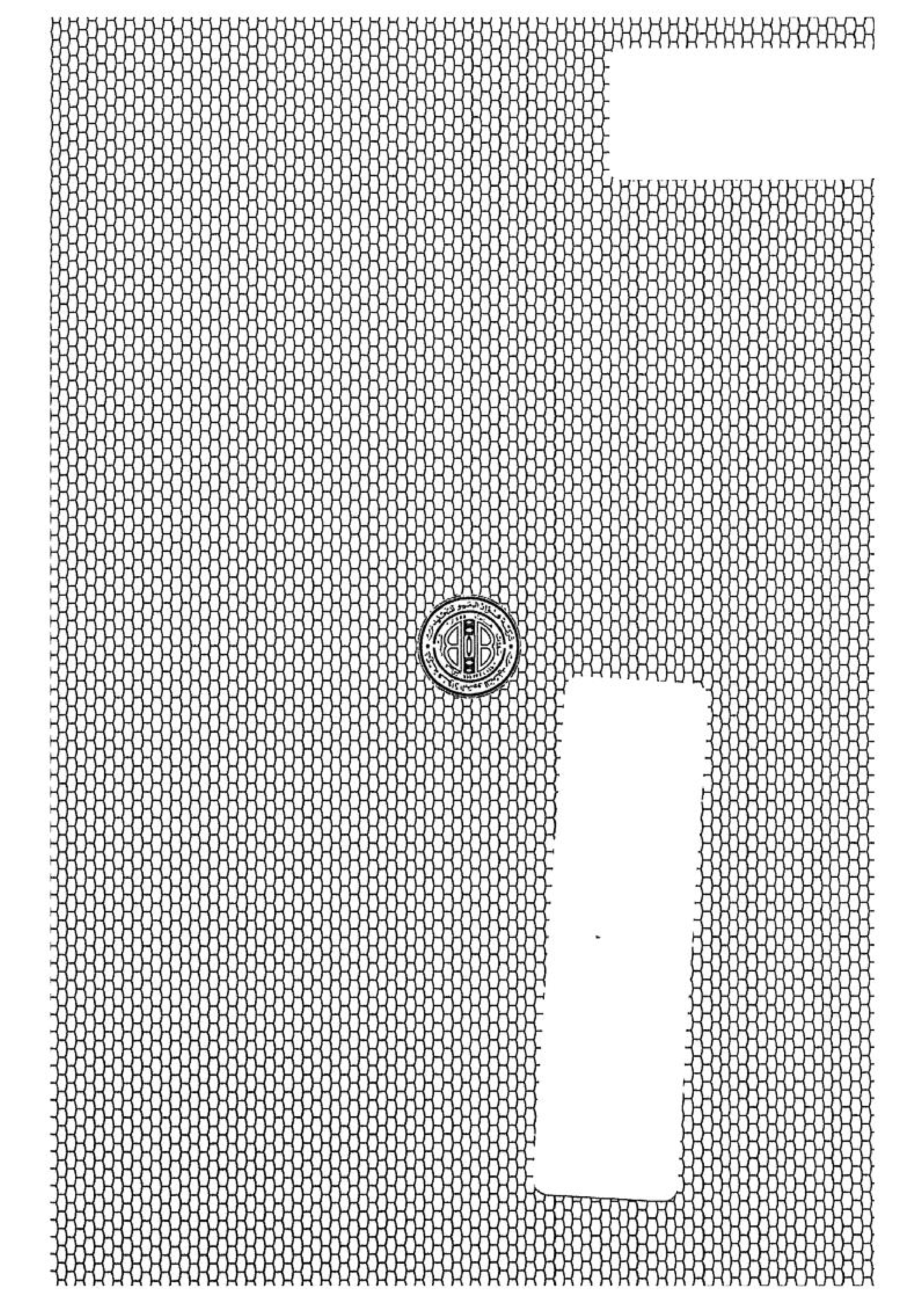
الفصل الثاني

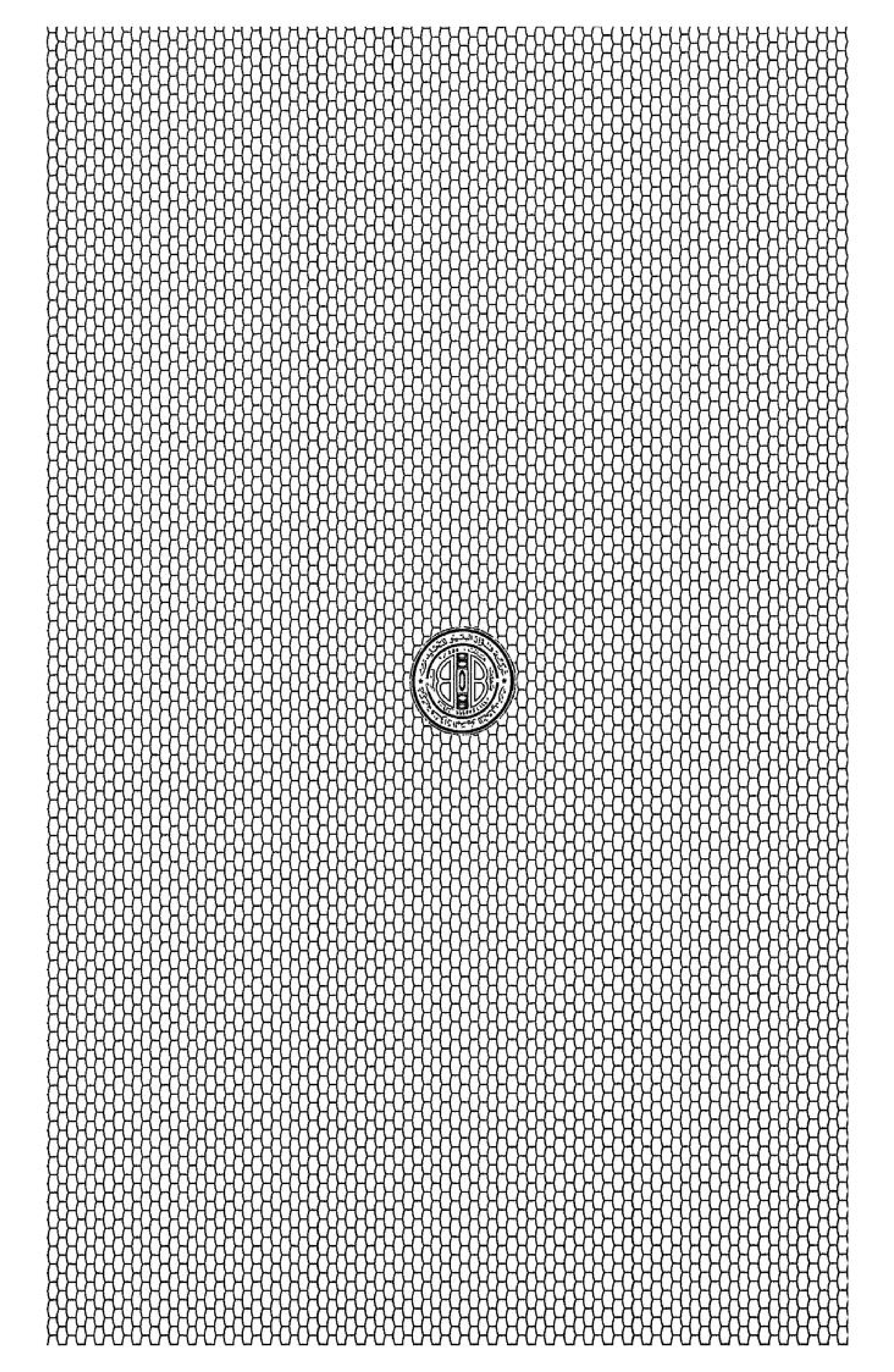
الفصل الثالث

الفصل الرابع

الفصل الخامس

الفصل السادس





ثورة الشبكات الاجتماعية

SOCIAL NETWORKS REVOLUTION




9 789957 801120



www.darfan.com